

**ANALISIS PENGARUH *ECONOMIC VALUE ADDED (EVA)* DAN *MARKET VALUE ADDED (MVA)* TERHADAP HARGA SAHAM
(STUDI PADA PERUSAHAAN KOSMETIK DAN KEPERLUAN RUMAH TANGGA
YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2015-2019)**

Oleh:

Arni Diana Br Harahap

NIM 0502172327

Program Studi

AKUNTANSI SYARI'AH



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA

MEDAN

2021

**ANALISIS PENGARUH *ECONOMIC VALUE ADDED (EVA)* DAN *MARKET VALUE ADDED (MVA)* TERHADAP HARGA SAHAM
(STUDI PADA PERUSAHAAN KOSMETIK DAN KEPERLUAN RUMAH TANGGA
YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2015-2019)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)

Jurusan Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sumatera Utara

Oleh:

Arni Diana Br Harahap

NIM 0502172327



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA

MEDAN

2021

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Arni Diana Br Harahap
NIM : 0502172327
Tempat/ tgl. Lahir : Sei Rokan, 13 April 1999
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jl. Prof. HM Yamin gg Kemuning No. 24

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul "**ANALISIS PENGARUH *ECONOMIC VALUE ADDED* (EVA) DAN *MARKET VALUE ADDED* (MVA) TERHADAP HARGA SAHAM (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN KOSMETIK DAN KEPERLUAN RUMAH TANGGA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2015-2019)**" benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan didalamnya, sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, Juli 2021

Yang membuat pernyataan



Arni Diana Br Harahap

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS PENGARUH *ECONOMIC VALUE ADDED* (EVA) DAN
MARKET VALUE ADDED (MVA) TERHADAP HARGA SAHAM
(STUDI PADA PERUSAHAAN KOSMETIK DAN KEPERLUAN
RUMAH TANGGA YANG TERDAFTAR DI BURSA
EFEK INDONESIA PERIODE 2015-2019)**

Oleh:

Arni Diana Br Harahap


NIM: 0502172327


Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun)
Pada Program Studi Akuntansi Syariah

Medan, Juli 2021

Pembimbing I

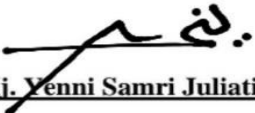
Pembimbing II


Dr. Hj. Yenni Samri Juliati Nst., SHL. MA
NIP. 197907012009122003


Arnida Wahyuni Lubis, S.P., M.Si
NIP. 1100000089

Mengetahui

Ketua Jurusan Akuntansi Syariah


Dr. Hj. Yenni Samri Juliati Nst., SHL. MA
NIP. 197907012009122003

Created By Sign Doc

Skripsi berjudul “**Analisis Pengaruh *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA) Terhadap Harga Saham (Studi Pada Perusahaan Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019)** Arni Diana Br Harahap, NIM. 0502172327 Prodi Akuntansi Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan pada tanggal 6 Agustus 2021, skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Akuntansi Syariah (S.Akun) pada prodi Akuntansi Syariah.

Medan, 6 Agustus 2021
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Prodi Akuntansi Syariah UIN-SU

Ketua



Dr. Hj. Yenni Samri Juliati Nasution, MA
NIDN.2001077903

Anggota

Sekretaris



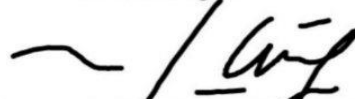
Hendra Harmain, M.Pd
NIDN.2010057302

Pembimbing I



Dr. Hj. Yenni Samri Juliati Nasution, MA
NIDN.2001077903

Pembimbing II



Arnida Wahyuni Lubis, M.Si
NIDN.2016068403

Penguji I



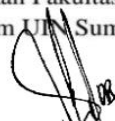
Dr. Andri Soemitra, MA
NIDN.2007057602

Penguji II



Atika, MA
NIDN.0106038701

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN Sumatera Utara Medan



Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag
NIDN.2023047602

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “**Analisis Pengaruh *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA) terhadap Harga Saham (Studi Pada Perusahaan Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019)**”, atas nama Arni Diana Br Harahap. Dibawah bimbingan Ibu Yenni Samri J. Nasution, S.HI, M.A sebagai pembimbing Skripsi I dan Ibu Arnida Wahyuni Lubis, SE, M.Si sebagai Pembimbing Skripsi II.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Economic Value Added* (EVA), *Market Value Added* (MVA) terhadap Harga Saham. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pemilihan sampel menggunakan metode *Puposive Sampling* dan perusahaan yang terpilih dari kriteria sebanyak 6 perusahaan selama 5 periode, sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 30 sampel. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan tahunan dan diperoleh dari Bursa Efek Indonesia. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi dengan data panel dan regresi linear berganda menggunakan program *Eviews11*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Economic Value Added* (EVA) tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham secara parsial, *Market Value Added* (MVA) menunjukkan berpengaruh signifikan terhadap harga saham secara parsial, *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA) memberikan pengaruh signifikan terhadap harga saham secara simultan.

Kata Kunci: *Economic Value Added* (EVA), *Market Value Added* (MVA)

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum wr. wb.

Puji syukur penulis ucapkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “**Analisis Pengaruh *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA) Terhadap Harga Saham (Studi Pada Perusahaan Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019)**”. Shalawat dan salam semoga tercurah selalu kepada Nabi Muhammad SAW sebagai pembawa rahmat bagi seluruh alam. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk melengkapi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi pada Jurusan Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Pada kesempatan ini, melihat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan skripsi ini baik bersifat materil maupun spiritual sehingga skripsi dapat terselesaikan. Oleh sebab itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Untuk Orang Tua Tercinta, ayahanda **Bahrialsyah Harahap** dan ibunda **Nasmaiya Br Pulungan** yang sampai saat ini telah memberi Do'a, membantu baik secara moril maupun materil serta memberi semangat dan dukungan dalam menyusun skripsi ini.
2. Bapak Prof. **Dr. Syahrin Harahap, M.A.**, Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Bapak **Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag.**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Ibu **Dr. Hj. Yenni Samri J. Nasution, S.H.I, M.A** selaku Ketua Jurusan Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

5. Bapak **Hendra Hermain, SE, M.Pd.**, selaku Sekretaris Jurusan Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
6. Ibu **Dr. Hj. Yenni Samri J. Nasution, S.H.I, M.A** selaku Pembimbing Skripsi I dan Ibu **Arnida Wahyuni Lubis SE, M.Si**, selaku Pembimbing Skripsi II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan arahan dan bimbingan dalam menyusun skripsi ini.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Serta seluruh civitas akademik atas bimbingan, bantuan dan layanan yang diberikan.
8. Teruntuk Abang, Kakak, Adik Tersayang, **Novri Zikiansyah Harahap, Hilda Junanda Harahap, Fitri Desrianti Harahap** yang telah memberikan dukungan, bantuan dan doa kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
9. Teman-teman stambuk 2017 AKS-F, terkhusus sahabat-sahabat **Dina Sinulingga, Annisa, Siti Nur Raudhah, Dinar Rostansih, Riska Huliawati, Nuramalina, Nuri Dalilah, Siti Fatimah** dan teman-teman lainnya. Terima kasih atas semangat dan dukungan yang telah diberikan
10. Kepada teman-teman Seperjuangan KKN 25 Desa Silima Kuta serta teman-teman semua yang tidak dapat penulis tuliskan namanya satu persatu yang selalu menyemangati penulis untuk menyelesaikan skripsi ini

Akhir kata penulis mengharapkan skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak terutama mahasiswa lain agar dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan dan dapat digunakan sebagai sumber referensi dalam pembuatan skripsi selanjutnya. Semoga Allah melimpahkan Taufik dan Hidayah-Nya kepada kita semua. aamiin.

Medan, 2021

Penulis



Arni Diana Br Harahap

NIM. 0502172327

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah.....	8
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian.....	9
F. Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Kajian Teoritis.....	11
1. Harga Saham	11
a. Pengertian Saham.....	11
2. Laporan Keuangan.....	14
a. Tinjauan Islam tentang Laporan Keuangan	14
b. Pengertian Laporan Keuangan.....	16
3. Kinerja Perusahaan	19
a. Pengertian Kinerja.....	19
b. Pengukuran Kinerja Perusahaan	21

4. <i>Economic Value Added (EVA)</i>	23
a. Pengertian <i>Economic Value Added</i>	23
b. Perhitungan <i>Economic Value Added</i>	24
c. Manfaat <i>Economic Value Added</i>	26
d. Keunggulan dan Kelemahan <i>Economic Value Added</i>	27
5. <i>Market Value Added (MVA)</i>	28
a. Pengertian <i>Market Value Added</i>	28
b. Keunggulan dan Kelemahan <i>Market Value Added</i>	29
B. Penelitian Terdahulu	30
C. Kerangka Teoritis	37
D. Hipotesa Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Pendekatan Penelitian	39
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	39
C. Jenis dan Sumber Data	39
D. Populasi dan Sampel	40
E. Definisi Operasional	41
F. Teknik Pengumpulan Data.....	43
G. Teknik Analisis Data.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
A. Deskripsi Data Penelitian.....	52
B. Menghitung <i>Economic Value Added (EVA)</i>	56
a. Menghitung <i>Net Operating After Tax (NOPAT)</i>	56
b. Menghitung <i>Invested Capital</i>	56
c. Menghitung <i>Weight Average Cost of Capital (WACC)</i>	57
d. Menghitung <i>Capital Charge</i>	57

e	Menghitung <i>Economic Value Added</i> (EVA).....	58
C.	Menghitung <i>Market Value Added</i> (MVA).....	58
D.	Hasil Penelitian	58
1.	Uji Statistik Deskriptif	58
2.	Analisis Regresi dengan Data Panel.....	60
3.	Uji Asumsi Klasik	62
4.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	65
5.	Uji Hipotesis.....	66
E.	Pembahasan.....	69
1.	Pengaruh <i>Economic Value Added</i> (EVA) terhadap Harga Saham.....	69
2.	Pengaruh <i>Market Value Added</i> (MVA) terhadap Harga Saham	70
3.	Pengaruh <i>Economic Value Added</i> (EVA) dan <i>Market Value Added</i> (MVA) terhadap Harga Saham	71
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	72
a.	Kesimpulan	72
b.	Saran	72
DAFTAR PUSTAKA		76
LAMPIRAN		80
RIWAYAT HIDUP		89

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 2.2 Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1 Populasi Penelitian	39
Tabel 3.2 Kriteria Pengambilan Sampel	40
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel.....	41
Tabel 4.1 Pengambilan Sampel.....	51
Tabel 4.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	58
Tabel 4.3 Hasil Uji Chow.....	60
Tabel 4.4 Hasil Uji Hausman	60
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas	62
Tabel 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	63
Tabel 4.7 Hasil Uji Autokorelasi	63
Tabel 4.8 Hasil Regresi Berganda Model REM.....	64
Tabel 4.9 Hasil Uji t	65
Tabel 4.10 Hasil Uji F	66
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Penjualan dan Laba Bersih PT Martina Berto Tbk	5
Gambar 1.2 Diagram Penjualan dan Laba Bersih PT Unilever Indonesia Tbk	6
Gambar 2.1 Skema Kerangka Teoritis	36
Gambar 4.1 Grafik Histogram Normalitas	61

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Investasi ialah suatu bentuk usaha yang dilaksanakan oleh investor untuk memanfaatkan dana/modal yang ia miliki yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan atau laba dari investasi tersebut. Investasi yang dilaksanakan oleh investor semakin bervariasi seiring dengan perkembangan perekonomian yang semakin maju. Investasi itu umumnya dilakukan oleh investor dengan memberikan dana yang ia miliki kepada perusahaan dengan cara membeli saham yang diperdagangkan dipasar modal.¹

Pasar modal memegang peranan penting dalam mendukung perekonomian nasional. Pasar modal merupakan salah satu alat yang dapat digunakan untuk mengelola dana/modal, baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Sedangkan, bagi investor pasar modal itu merupakan sarana untuk menginvestasikan modalnya. Salah satu bidang investasi yang banyak diminati oleh investor dalam dan luar negeri di pasar modal adalah bentuk saham perusahaan-perusahaan yang *go public*².

Teknologi telah berkembang pesat sehingga kompetensi bisnis diantara perusahaan lebih ketat, demikian juga perusahaan manufaktur yang lebih kecil maupun yang lebih besar. Ini mendorong seorang manajer untuk lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan. Karena investor akan benar-benar memperhatikan kinerja keuangan perusahaan tempat dia berinvestasi. Untuk itu, kinerja keuangan perusahaan adalah dasar penilaian signifikan bagi investor, kreditor, manajemen, perbankan atau pemerintahan untuk menilai stabilitas pengelolaan keuangan perusahaan. Penilaian kinerja perusahaan umumnya dinilai dengan rasio keuangan yang sebenarnya adalah teknik atau metode untuk menganalisis laporan keuangan. Kinerja perusahaan yang baik tercermin dari laporan keuangannya yang terdiri dari

¹ Jogianto, *Teori Portofolio dan Analisis Invetasi*, Edisi ke-3, (Yogyakarta: BPFE, 2003), h. 5-11.

² Ni Made Putri Sri R ahayu dan I Made Dana, *Pengaruh EVA, MVA dan Likuiditas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Food and Beverag*, (E-Jurnal Manajemen Unud, Universitas Udayana, Bali, 2015), h. 2.

pendapatan, laba kotor, dan laba bersih yang menghasilkan nilai positif di setiap akhir periode.

Kinerja keuangan suatu perusahaan dapat diketahui melalui analisis rasio keuangan. Namun, rasio keuangan juga memiliki kekurangan, seperti adanya perbedaan metode akuntansi dan perlunya langkah-langkah perbandingan. “Pengukuran berdasarkan rasio keuangan tidak memberikan gambaran yang sebenarnya tentang keberhasilan manajemen dalam pengelolaan keuangan”³. Untuk mengatasi kekurangan tersebut, maka diluaskanlah ukuran kinerja keuangan perusahaan yang modern yang disebut *Economic Value Added* (EVA), dan *Market Value Added* (MVA). Kedua metode ini diperkenalkan pada tahun 1989 oleh Stern Stewart Manajemen Services (SSMS), sebuah perusahaan konsultan dari Stern & Stewart Co, New York, Amerika Serikat.

Pendekatan yang diambil dari Stewart dan Stern ini memiliki keyakinan bahwa *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA) adalah sangat penting untuk penciptaan nilai perusahaan. EVA dikenal juga sebagai metrik kinerja (*performance metric*), sedangkan MVA lebih menggambarkan metrik kekayaan (*wealth metric*) yang mengukur nilai perusahaan dari periode waktu ke waktu. MVA juga menunjukkan seberapa kekayaan yang bisa diciptakan atau dihilangkan sampai saat ini dan EVA menunjukkan kemampuan kinerja perusahaan selama periode waktu tertentu.⁴

Secara umum, *Economic Value Added* (EVA) mendefinisikan sebagai alat untuk melihat indikator tentang adanya nilai tambah pada perusahaan.⁵ Sementara, menurut Brigham dan Houston (2009) EVA adalah salah satu perkiraan laba ekonomis yang sebenarnya dari perusahaan untuk tahun berjalan, nilai EVA menggambarkan sisa laba yang sebenarnya setelah laba bersih perusahaan dikurangi dengan semua biaya modal termasuk juga biaya ekuitas.⁶ EVA

³ Danni Prasetyo dan Budiyanto, *Metode EVA Untuk Mengukur Kinerja Keuangan Perusahaan Perkebunan di Bursa Efek Indonesia*, (Jurnal Ilmu & Riset Manajemen, Vol. 3 No. 4, 2014) h. 2.

⁴ Kusnan M. Djawahir, *Mengukur Kekayaan Perusahaan*, SWA, No.26/XXIII (6-18 Desember 2007), h. 30.

⁵ Dimas Respati Argeswara, *Economic Value Added, dan Market Value Added Sebagai Ukuran Kinerja Keuangan Perusahaan* (Studi Pada Perusahaan LQ45 Yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2018), (Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 2018), h. 2.

⁶ Eugene F. Brigham, dan Joel F. Houston, *Fundamentals of Financial Management: Dasar-dasar manajemen Keuangan*, Edisi ke-10 (Jakarta: Salemba Empat, 2009), h. 68.

mencerminkan pendapatan residual yang tersisa setelah seluruh biaya modal, termasuk modal saham setelah dikurangkan. EVA ialah suatu kriteria yang terbaik untuk mengevaluasi kebijakan manajerial dan kompensasi. Nilai perusahaan dapat meningkat jika perusahaan membiayai investasi dengan *net present value* yang positif, karena *net present value* yang positif ini akan memberikan *economic value added* kepada pemegang saham atau investor.⁷

Sementara itu, MVA ialah pengurangan antara nilai pasar ekuitas dengan modal ekuitas yang telah di investasikan.⁸ MVA mengukur kinerja manajemen sejak berdirinya perusahaan. Nilai MVA ini menggambarkan keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan dan memaksimalkan kekayaan pemegang saham atau investor. Menurut Stephen dan David, bahwa nilai pasar ini mencerminkan keputusan pasar tentang bagaimana manajer yang sukses telah menginvestasikan modal yang sudah dipercayakan kepadanya ke dalam jumlah modal yang lebih besar. MVA semakin besar, maka semakin baik. jika MVA menunjukkan angka negatif berarti nilai dari investasi yang dilakukan oleh manajemen lebih kecil dari jumlah modal yang diserahkan kepada perusahaan oleh pasar modal. Itu menunjukkan bahwa kekayaan telah dimusnakan.⁹

Kenaikan barang konsumsi habis pakai telah mendorong perusahaan untuk menciptakan produk yang bernilai tinggi dengan pemilihan kualitas yang bagus. Saat ini, barang konsumsi habis pakai ini sangat diminati di dalam pasar dunia yang sedang berkembang ialah kosmetik, yang merupakan hal yang tidak asing jika terdengar oleh setiap wanita. Industri kosmetik ini tidak hanya wanita saja untuk menjadikan target konsumennya, melainkan untuk pria dan anak-anak juga dalam penggunaannya.

Sub sektor perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga juga merupakan bagian dari salah satu sektor industri barang konsumsi habis pakai yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sektor industri barang konsumsi lainnya di Bursa Efek Indonesia yaitu, perusahaan makanan dan minuman, perusahaan rokok,

⁷Agus Sartono, *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*, (Yogyakarta: BPFE, 2010), h. 104.

⁸ Kamaludin, *Manajemen Keuangan Konsep Dasar dan Penyerapannya*, (Jakarta: Mandar Maju, 2011), h. 59.

⁹Lilis Puspitawati, *Economic Value Added (EVA): Konsep Baru Untuk Mengukur Laba Ekonomi Suatu Perusahaan*, Majalah Unikom Vol. 8, No. 1, h. 5.

perusahaan farmasi, dan perusahaan perlengkapan dan peralatan rumah tangga. Namun adapun perusahaan yang termasuk dalam sub sektor perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga dengan waktu berdiri yang berbeda-beda ialah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga

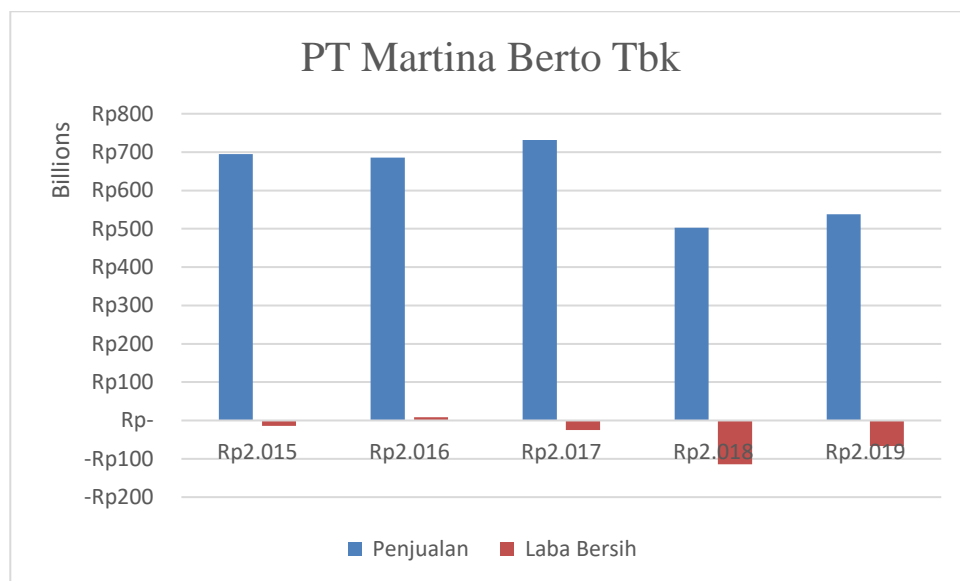
No.	Nama Perusahaan	Kode
1.	PT Akasha Wira International Tbk	ADES
2.	PT Kino Indonesia Tbk	KINO
3.	PT Mandom Indonesia Tbk	TCID
4.	PT Martina Berto Tbk	MBTO
5.	PT Mustika Ratu Tbk	MRAT
6.	PT Unilever Indonesia Tbk	UNVR

Sumber: www.idx.co.id

Dewasa ini, sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga disebut juga sektor yang bertumbuh pesat. Sektor kosmetik nasional menunjukkan kenaikan pertumbuhan 20% atau empat kali lipat dari pertumbuhan ekonomi nasional pada tahun 2017. Kemenperin mencatat sektor kosmetik nasional ini tumbuh 7,36% pada kuartal I-2018 meningkat dibandingkan pada tahun 2017 yang tumbuh 6,35%. Faktor pendorong kenaikan pertumbuhan hingga dua digit ini ialah permintaan pasar domestik dan ekspor seiring tren masyarakat yang mulai memperhatikan produk perawatan tubuh sebagai kebutuhan utama. Menurut Airlangga, Kementerian Perindustrian, telah memposisikan sektor kosmetik ini sebagai sektor andalan sebagaimana tertuang dalam Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) tahun 2015-2035. Potensi lainnya, antara lain bertambahnya jumlah populasi penduduk usia muda atau generasi millennial. Begitu juga dengan tren masyarakat yang menggunakan produk alami (*back to nature*), sehingga membuka peluang munculnya produk kosmetik berbahan alami (Kemenperin.go.id, 2018).

Kementerian Perindustrian (Kemenperin) memandang sektor kosmetik negara tengah berkembang. Bahkan, pemerintah memperkirakan sektor kosmetik

nasional tumbuh hingga 9% atau setara dengan Rp 64,34 triliun di tahun 2019 (Kontan.co.id, 2019). Dalam suatu survei yaitu *Indonesian Consumer Sentiment during the Coronavirus Crisis* yang mempublikasikan MCKinsey and Company pada Juli 2020, konsumsi masyarakat, konsumsi barang-barang keperluan rumah tangga dan perawatan diri semakin meningkat. Produk rumah tangga 26% sedangkan perawatan diri 17%. Sementara itu produsen Sariayu Martha Tilaar yaitu PT Martina Berto Tbk (MBTO) malah mencatat kenaikan kerugian komprehensif di semester I 2019, kerugian MBTO mencapai Rp 17 miliar.



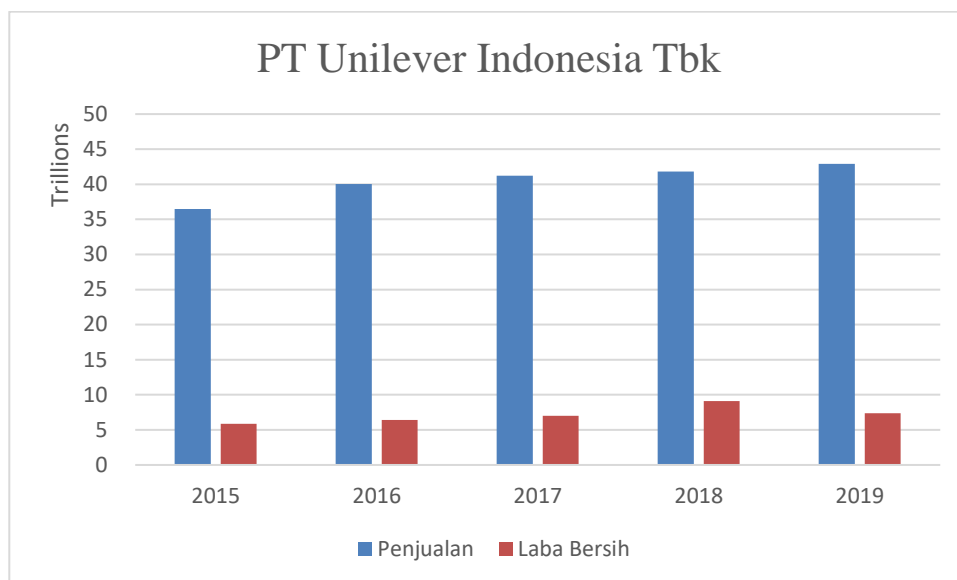
Sumber: data diolah tahun (2020)

Gambar 1.1

Diagram Penjualan dan Laba Bersih PT Martina Berto Tbk

Berdasarkan data tersebut, sepanjang tahun 2019, perusahaan kosmetik PT Martina Berto Tbk (MBTO) mampu membukukan rugi tahun berjalan yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk hingga 41,33%. MBTO membukukan rugi hingga Rp 66,95 miliar sepanjang tahun. Menipis dari rugi tahun 2018 yang mencapai Rp 114,13 miliar. Kerugian Martha Tilaar Group itu bisa ditekan karena terjadi peningkatan pada penjualan bersihnya. Di tahun 2019, MBTO mengantongi penjualan bersih mencapai Rp 537,57 miliar, naik 6,97% dari tahun 2018 yaitu Rp 502,52 miliar.

Dari perusahaan yang bergerak di sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga tak dipungkiri lagi bahwa performa saham UNVR lah yang menjadi terbaik dari semua perusahaan di bidang ini. Jika dihitung dari performa 5 tahunan yang sebesar 3,95% UNVR sanggup mengalahkan Indeks Barang Konsumsi. Dan perusahaan UNVR ini pun mencatat penjualan bersih yang meningkat.



Sumber: Data diolah tahun (2020)

Gambar 1.2

Diagram Penjualan dan Laba Bersih PT Unilever Indonesia Tbk

Berdasarkan data diatas, selama 2019, PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) mencatat laba bersih sebesar Rp 7,4 triliun. Angka ini turun 18,68% atau setara dengan Rp 1,7 triliun dibanding periode 2018 yang mencatatkan laba bersih sebesar Rp 9,1 triliun. Meski laba bersih mengalami penurunan, namun UNVR berhasil mencatat penjualan bersih di tahun 2019 sebesar Rp 42,9 triliun atau naik 4,8% dibandingkan dengan periode 2018. Potensi ini terutama berasal dari wanita dan masyarakat perkotaan. Untuk merintis ke masyarakat dunia, perusahaan-perusahaan tersebut berinovasi dengan menambahkan sertifikasi label halal, aman serta cocok untuk jenis kulit konsumen maupun selera yang saat ini sedang berkembang. Walaupun ekonomi membaik ataupun memburuk, perusahaan yang menjual kebutuhan rumah tangga pasti akan dapat menghasilkan keuntungan. Terutama pada perseroan PT. Unilever Indonesia Tbk, perseroan tersebut

mengklaim kinerja positif sepanjang kuartal I/2020 ditengah pandemi Covid-19 ini. Presiden Direktur UNVR menyatakan hal itu mendukung pertumbuhan pendapatan perusahaan sebesar 4,58% menjadi Rp11,15 triliun pada kuartal I/2020. Kinerja penjualan ini menjadi penunjang pertumbuhan laba bersih perusahaan sebesar 6,53% menjadi Rp1,86 triliun. Hal ini membuat perusahaan-perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga menjadi perusahaan yang dapat menarik investor untuk menginvestasikan atau menanamkan modalnya dan mengharapkan pengembalian (*return*) dari investasi tersebut.

Mara Ikbar (2014) penelitian tentang *The Analysis of Effect of Economic Value Added (EVA) and Market Value Added (MVA) on Share Price of Subsector Companies of Property Incorporated in LQ45 Indonesia Stock Exchange in Period of 2009-2013* (Analisis Pengaruh Nilai Tambah Ekonomi EVA) dan Nilai Tambah Pasar (MVA) pada Harga Saham Sub Perusahaan Sektor Properti pada Bursa Efek Indonesia periode 2009-2013). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Economic Value Added* dan *Market Value Added* secara signifikan mempengaruhi harga saham subsektor perusahaan properti LQ45 pada Bursa Efek Indonesia periode 2009-2013.

Witfaql Luthfa Andika (2018) Penelitian tentang Analisis *Economic Value Added* Dan *Market Value Added* Sebagai Alat Pengukur Kinerja Perusahaan Serta Pengaruhnya Terhadap Harga Saham. Hasil penelitiannya yaitu secara parsial EVA berpengaruh signifikan terhadap harga saham, MVA secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Dan EVA dan MVA secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

Berdasarkan dari penjelasan tersebut bahwa adanya beberapa perbedaan hasil penelitian yang mengakibatkan terjadinya *research gap* sehingga penelitian bertujuan untuk mengetahui lebih lanjut dan ingin melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA) terhadap Harga Saham (Studi Pada Perusahaan Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini adalah :

1. Adanya perekonomian Indonesia yang masih belum stabil mempengaruhi kondisi perusahaan-perusahaan yang berada di Indonesia, termasuk perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga.
2. Meningkatnya permintaan di bidang konsumsi sehingga investasi pada bidang tersebut semakin tinggi.
3. Adanya beberapa perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang mengalami kerugian di periode tahun 2015-2019, yaitu salah satunya perusahaan PT Martina Berto Tbk.
4. Penggunaan analisis rasio keuangan memiliki kelemahan karena tidak melihat biaya modal dalam pengukuran kinerja keuangan.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka peneliti memberikan batasan masalah agar permasalahan dalam penelitian ini lebih fokus dan terarah. Peneliti menggunakan pada analisa kinerja perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan memanfaatkan data laporan keuangan tahunan perusahaan. Dan variabel yang digunakan peneliti yaitu hanya variabel harga saham, *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA).

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *Economic Value Added* (EVA) berpengaruh terhadap harga saham pada perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019 secara parsial?

2. Apakah *Market Value Added* (MVA) berpengaruh terhadap harga saham pada perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019 secara parsial?
3. Apakah *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA) berpengaruh terhadap harga saham pada perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019 secara simultan?

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui *Economic Value Added* (EVA) berpengaruh terhadap harga saham pada perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019 secara parsial.
2. Untuk mengetahui *Market Value Added* (MVA) berpengaruh terhadap harga saham pada perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019 secara parsial.
3. Untuk mengetahui *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA) berpengaruh terhadap harga saham pada perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019 secara simultan.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi :

1. Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan juga dapat digunakan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya dan diharapkan dapat memberikan tambahan pemikiran tentang kinerja perusahaan yang ditinjau melalui metode *Economic Value Added* dan *Market Value Added*.

2. Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan perusahaan untuk melakukan perbaikan penyusunan rencana atau kebijakan yang akan dilakukan pada masa yang akan datang.

3. Investor

Penelitian ini menjadi referensi dan bahan pengambilan keputusan bagi calon investor dan para investor untuk melakukan investasi di pasar modal.

4. Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah kepustakaan dibidang ilmu pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya.

5. Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai *Economic Value Added* dan *Market Value Added* serta pengaruhnya terhadap harga saham.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teoritis

1. Harga Saham

a. Pengertian Saham

Saham merupakan sebuah tanda penyertaan atas kepemilikan seseorang atau badan dalam suatu perusahaan atau perseroan terbatas. Bentuk saham ialah selembar kertas yang menunjukkan bahwa pemilik kertas tersebut merupakan pemilik perusahaan yang menerbitkan surat berharga tersebut. Porsi kepemilikan ditentukan oleh seberapa besar jumlah investasi yang ditanamkan di perusahaan tersebut. Saham merupakan surat keterangan yang membuktikan bahwa penyertaan modal pada sebuah perseroan terbatas mempunyai nilai ekonomis sehingga dapat diperjualbelikan atau dijaminkan untuk dipinjamkan.¹

Di dalam al-Qur'an juga menjelaskan mengenai harga saham yaitu dalam QS. Al-Baqarah : 261:

مَثَلُ الَّذِي يَنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَتَتْ سَنَابِلَ فِي كُلِّ سُنبُلَةٍ مِائَةٌ حَبَّةٌ وَاللَّهُ يُضْعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

Artinya:

“Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada setiap bulir seratus biji. Allah melipatgandakan (ganjaran) bagi siapa saja yang dia kehendaki dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi maha mengetahui”

Pada ayat ini dapat diambil kesimpulan bahwa sangat beruntungnya orang yang menafkahkan harta nya di jalan Allah. Secara tersirat ayat ini memberikan informasi untuk orang yang ingin berinvestasi di jalan Allah dan mendapatkan keuntungan berlipat ganda. Ketika seseorang menanamkan modalnya di pasar modal syari'ah dengan tujuan menafkahkan hartanya karena Allah, maka hal

¹ Gatot Supramono, *Transaksi Bisnis Saham Penyelesaian Sengketa melalui Pengadilan*, (Jakarta: Prenadamedia, 2014), h. 5

tersebut bernilai ibadah seperti yang dijelaskan oleh ayat diatas. Karena dengan kita menginvestasikan dan mendapatkan hasil maka orang tersebut juga akan mudah untuk menyalurkan hartanya untuk kebaikan.

Pada dasarnya tidak ada perbedaan antara saham Syariah dengan saham non Syariah, tetapi sebagai bukti kepemilikan suatu perusahaan, saham dapat dibedakan menurut kegiatan usaha serta tujuan pembelian saham tersebut. Saham menjadi halal jika saham tersebut dikeluarkan oleh perusahaan yang kegiatan usahanya bergerak dibidang yang halal.² Yang meliputi terbebas dari unsur gharar yang merupakan transaksi yang tidak jelas dan ketidakpastian antara kedua belah pihak yang bertransaksi. Hal ini berdasarkan Hadits, Abu Hurairah bahwasanya Rasulullah *shallallahu 'alaihi wa sallam* bersabda:

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْخَصَاةِ وَعَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ

"Rasulullah *shallallahu 'alaihi wa sallam* melarang jual beli al-hashah (dengan melempar batu) dan jual beli gharar." (HR Muslim)

Harga saham merupakan suatu saham yang memiliki nilai untuk diperjualbelikan di PT. BEI yang dapat diukur dengan nilai mata uang, yang mana harga saham ditentukan antara kekuatan penawaran dan permintaan. Ditinjau dari pandangan Islam, saham pada hakikatnya ialah modifikasi sistem persekutuan modal dan kekayaan, yang dalam istilah *fiqh* dikenal dengan nama *Syirkah*.³ Harga saham yang dibayarkan tergantung pada investor atau dividen yang akan diterima dan dinilai terminal saham tersebut.⁴ Berdasarkan fungsinya, nilai suatu saham dibagi atas 3 jenis, yaitu sebagai berikut:⁵

² Yenni Samri Jualati Nasution, "Peranan Pasar Modal Dalam Perekonomian Negara", *Human Falah* No.1 (1 Januari-Juni 2015, h. 105

³ Burhanuddin, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 135

⁴ Husnan Suad, *Dasar-Dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas*, Edisi Ketiga, (Yogyakarta: UPP AMK YKPN, 1998), h. 15.

⁵ Anoraga Pandji dan Pakarti Piji, *Pengantar Pasar Modal, Edisi Revisi*, (Jakarta: PT. Mahasatya), h. 58.

a. *Par Value* (Nilai Nominal)/*Stated Value/ Face Value*

Nilai pasar yang tercantum pada saham untuk tujuan akuntansi (Ketentuan UU PT No. 1/1995)

1. Nilai nominal dicantumkan dalam mata uang RI.
2. Saham tanpa nilai nominal tidak dapat dikeluarkan.

Nilai nominal ini tidak digunakan untuk mengukur sesuatu. Jumlah saham yang dikeluarkan perseroan dikali dengan nilai nominalnya merupakan modal disetor penuh bagi suatu perseroan, dan dalam pencatatan akuntansi nilai nominal.

b. *Base Price* (Harga Dasar)

Harga awal (untuk menentukan nilai dasar), digunakan dalam perhitungan indeks harga saham. Harga dasar akan berubah sesuai dengan aktivitas emiten. Untuk saham baru, harga dasar ialah harga perdananya.

Nilai Dasar = Harga Dasar x Total Saham yang Beredar

c. *Market Price* (Harga Pasar)

Market price merupakan harga pasar yang sebenarnya (riil), dan paling mudah ditentukan karena merupakan harga dari suatu saham pada pasar yang sedang berlangsung atau jika pasar sudah tutup, maka harga pasar adalah harga penutupnya (*closing price*). Harga ini terjadi setelah saham tersebut dicatatkan di bursa, baik bursa utama maupun OTC (*Over The Counter Market*). Transaksi disini sudah tidak lagi menyertakan emiten dan penjamin emisi. Harga pasar ini merupakan harga jual dari investor yang satu dengan investor yang lain, dan disebut sebagai harga dipasar sekunder. Harga pasar inilah yang menggambarkan naik turunnya suatu saham dan setiap hari dipublikasikan disurat-surat kabar atau dimedia-media lainnya.

Nilai Pasar = Harga Pasar x Total Saham yang Beredar

Harga saham berubah di pasar diakibatkan oleh faktor penawaran dan permintaan. Variabel yang mempengaruhi penawaran dan permintaan beraneka ragam, ada yang rasional adapula yang irasional. Efek yang sifatnya rasional

meliputi kinerja perusahaan, tingkat bunga, tingkat inflasi, tingkat pertumbuhan, nilai tukar uang ataupun indeks harga saham dari negara lain.⁶

2. Laporan Keuangan

a. Tinjauan Islam tentang Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan hasil akhir dari suatu proses akuntansi. Penyusunan laporan keuangan bertujuan untuk memberi informasi kepada pihak-pihak berkepentingan terhadap kegiatan usaha perusahaan. Berarti dalam hal ini pihak internal ataupun eksternal dapat melihat kinerja suatu perusahaan. Dari laporan keuangan inilah dapat dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan ekonomi, sesuai dengan kepentingan masing-masing. Adapun yang termasuk pihak-pihak yang berkepentingan, adalah:

- 1) Investor, membutuhkan informasi untuk menentukan apakah akan membeli, menahan, atau menjual suatu investasi. Pemegang saham juga tertarik dengan informasi yang dapat membantu mereka untuk menilai kemampuan perusahaan untuk membayar deviden.
- 2) Karyawan, memanfaatkan laporan keuangan untuk menilai kemampuan perusahaan, baik itu dalam memberikan balas jasa, peluang kerja ataupun kepentingan karyawan lainnya. Jika diketahui posisi keuangan perusahaan baik maka karyawan bisa tenang dalam melaksanakan pekerjaan.
- 3) Pemberi Pinjaman (*Lenders*), memanfaatkan informasi keuangan untuk memutuskan apakah pinjaman serta bunganya dapat dibayar pada saat jatuh tempo.
- 4) Pemasok atau kreditur usaha lainnya, mereka biasanya menggunakan informasi keuangan untuk menentukan apakah jumlah yang terutang akan dibayar pada saat jatuh tempo.
- 5) Pelanggan berkepentingan untuk mengetahui informasi mengenai kelangsungan hidup perusahaan. Terutama jika mereka terlibat dalam perjanjian jangka panjang atau bergantung pada perusahaan.

⁶ Nurwani, "Analisis Pengaruh Inflasi, Nilai Tukar Rupiah, dan Suku Bunga SBI terhadap Pergerakan Indeks Harga Saham Gabungan di Bursa Efek", *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 2017, h. 4

- 6) Pemerintah dan berbagai lembaga yang berada dibawah kekuasaannya berkepentingan dengan alokasi sumber daya dan aktivitas perusahaan. Mereka membutuhkan informasi keuangan untuk menetapkan kebijakan pajak, mengatur aktivitas perusahaan dan sebagai dasar untuk menyusun statistik pendapatan nasional dan pendapatan lainnya.
- 7) Masyarakat, informasi keuangan dapat membantu masyarakat menyediakan info kecendrungan (*trend*) dan perkembangan terakhir tentang rangkaian aktivitas perusahaan.

Didalam al-Qur'an Islam telah menerapkan sistem pencatatan yang menekankan pada kebenaran, kejujuran dan keadilan antara kedua belah pihak. Begitu juga kebenaran dan keterbukaan dalam laporan keuangan kepada pihak-pihak yang berkepentingan terhadap kegiatan usaha suatu perusahaan. Di al-Qur'an dijelaskan dalam surah An-Nisa (4) : 135

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ بِالْقِسْطِ شُهَدَاءَ لِلَّهِ وَلَوْ عَلَى أَنْفُسِكُمْ أَوِ الْوَالِدِينَ وَالْأَقْرَبِينَ إِن يَكُنْ عَنَّا أَوْ فَقِيرًا فَاللَّهُ أُولَىٰ بِمَا فَلَا تَتَّبِعُوا الْهَوَىٰ أَنْ تَعْدِلُوا وَإِنْ تَلُوتُوا أَوْ تَغْرَضُوا فَإِنَّ اللَّهَ كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا

Artinya :

Wahai orang-orang yang beriman! Jadilah kamu penegak keadilan, menjadi saksi karena Allah walaupun terhadap dirimu sendiri atau terhadap ibu bapak dan kaum kerabatmu. Jika dia (yang terdakwa) kaya ataupun miskin, maka Allah lebih tahu kemaslahatan (kebaikannya). Maka jangan lah kamu mengikuti hawa nafsu karena ingin menyimpang dari kebenaran. Dan jika kamu memutar balikkan (kata-kata) ataupun enggan menjadi saksi. Maka ketahuilah Allah Maha teliti terhadap segala apa yang kamu kerjakan.

Keadilan tentunya tidak hanya dalam perkara yang menyangkut diri sendiri, namun juga menyangkut urusan orang lain. Dengan seluruh kemampuan yang dimiliki, muslim juga memastikan semua orang harus mendapatkan perlakuan yang adil tanpa terkecuali. Ayat tersebut menjelaskan bahwa pentingnya jujur dan adil dalam menyampaikan sesuatu. Quraish Shihab menjelaskan bahwa manusia yang bermaksud meneladani sifat Allah yang adil (عَدْلٌ) ini setelah meyakini

keadilan Allah dituntut untuk menegakkan keadilan walau terhadap keluarga, ibu bapak, dan dirinya, bahkan terhadap musuhnya sekalipun. Keadilan pertama yang dituntut adalah dari dirinya dan terhadap diri sendiri, yakni dengan jalan meletakkan syahwat dan amarahnya sebagai tawanan yang harus mengikuti perintah akal dan agama bukan menjadikannya tuan yang mengarahkan akal dan tuntunan agama. Karena jika demikian, ia justru tidak berlaku adil, yakni menempatkan sesuatu pada tempatnya yang wajar.⁷

Keadilan sebagai nilai keutamaan universal dan merupakan milik manusia secara keseluruhan. Dan keadilan juga merupakan salah satu prinsip dalam akuntansi syariah. Adapun keadilan dalam konteks aplikasi akuntansi ini mengandung dua pengertian, pertama yaitu berkaitan dengan praktik moral, yaitu kejujuran yang merupakan faktor yang sangat dominan. Tanpa kejujuran, informasi akuntansi yang disajikan akan menyesatkan dan sangat merugikan masyarakat juga. Kedua, kata adil bersifat lebih berpijak pada nilai-nilai etika/syari'ah dan moral. Yang berarti merupakan sebagai pendorong untuk melakukan upaya-upaya dekonstruksi terhadap bangun akuntansi modern menuju pada bangun akuntansi yang lebih baik. Maka dari itu keadilan merupakan sebagai dasar pertimbangan dalam bisnis ekonomi Islam yaitu kebenaran dan keterbukaan laporan keuangan kepada pihak-pihak yang berkepentingan terhadap kegiatan usaha perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga.

b. Pengertian Laporan Keuangan

Laporan keuangan memiliki peran penting karena laporan keuangan bertujuan untuk menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan. Sebagaimana definisi laporan keuangan menurut Standar Akuntansi Keuangan (SAK): Laporan keuangan bagian dari suatu proses pelaporan keuangan. Laporan keuangan yang lengkap umumnya meliputi:

- 1) Neraca, yaitu yang menunjukkan posisi keuangan perusahaan pada waktu tertentu atau memberitahukan posisi keuangan, misalnya

⁷M. Quraish Shihab, *Wawasan Al-Qur'an* (Bandung: Mizan, 2003), h. 118.

semua sumber daya (harta) yang dimiliki, jumlah kewajiban dan modal perusahaan.

- 2) Laporan laba rugi, yang menggambarkan jumlah hasil, biaya dan laba atau rugi perusahaan dalam satu periode tertentu.
- 3) Laporan arus kas, yang menggambarkan aliran sumber dana dan pengeluaran kas perusahaan pada satu periode tertentu.⁸

Sedangkan menurut Kasmir, ia menyebutkan bahwa laporan keuangan secara lengkap terdapat 5 unsur atau komponen, yaitu:

- 1) Neraca, merupakan laporan yang menunjukkan jumlah aktiva (harta), kewajiban (hutang), dan modal perusahaan (ekuitas) perusahaan pada waktu tertentu.
- 2) Laporan laba rugi, menunjukkan kondisi usaha/bisnis dalam satu periode tertentu. Artinya laporan laba rugi harus dilakukan dalam suatu siklus operasi atau periode tertentu untuk mengetahui jumlah perolehan pendapatan dan biaya yang telah dikeluarkan sehingga dapat diketahui apakah perusahaan dalam keadaan laba atau rugi.
- 3) Laporan perubahan modal, menggambarkan jumlah modal yang dimiliki perusahaan saat ini. Kemudian, laporan ini juga menunjukkan perubahan modal serta sebab-sebab berubahnya modal.
- 4) Laporan arus kas, merupakan laporan yang menunjukkan arus kas masuk dan arus kas keluar di dalam suatu perusahaan.
- 5) Catatan atas laporan keuangan, merupakan laporan yang dibuat berkaitan dengan laporan keuangan yang disajikan. Laporan ini memberikan informasi tentang penjelasan yang dianggap perlu atas laporan keuangan yang ada sehingga menjadi jelas sebab penyebabnya.⁹

⁸Wilmar Amonio Gulo, *Analisis Economic Value Added (EVA) sebagai Alat pengukur Kinerja Keuangan PT.SA*, (Institut Pertanian Bogor), h. 31.

⁹ Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2017), h. 7.

Laporan keuangan ialah ringkasan dari suatu proses pencatatan transaksi-transaksi yang terjadi di perusahaan. Dalam laporan keuangan, sudah merupakan suatu kewajiban bagi setiap perusahaan untuk membuat dan melaporkan keuangan perusahaannya pada suatu periode tertentu. Kemudian dianalisis sehingga dapat diketahui bagaimana kondisi dan posisi perusahaan terkini. Laporan keuangan juga akan menetapkan aktivitas apa yang dilakukan perusahaan sekarang dan periode yang akan datang, dengan melihat berbagai persoalan yang ada baik kelemahan maupun kekuatan yang dimilikinya.¹⁰

Adapun fungsi dari pelaporan keuangan ialah:

- 1) Pelaporan keuangan harus memberikan informasi yang bermanfaat dan berguna bagi investor potensial dan kreditur dan pengguna lainnya dalam pengambilan keputusan investasi rasional, kredit dan keputusan sejenis lainnya.
- 2) Menyajikan informasi untuk membantu investor dan potensial investor, kreditur dan pengguna lainnya untuk menilai jumlah, waktu dan ketidakpastian prospek perolehan kas dan deviden, atau bunga dari penerimaan, penjualan, penebusan, atau pinjaman.
- 3) Menyajikan informasi tentang sumber daya perusahaan, klaim terhadap sumber daya tersebut, dan pengaruh transaksi, kejadian dan lingkungan serta klaim yang dapat berpengaruh terhadap sumber daya tersebut.¹¹

Analisis laporan keuangan merupakan suatu proses yang penuh pertimbangan dalam rangka membantu mengevaluasi posisi keuangan dan hasil operasi perusahaan pada masa sekarang dan masa lalu, dengan tujuan utama untuk menentukan estimasi dan prediksi yang paling mungkin mengenai kondisi dan kinerja perusahaan pada masa mendatang. Analisis laporan keuangan mencakup pengaplikasian berbagai alat dan teknik analisis pada laporan dan data keuangan dalam rangka untuk memperoleh ukuran-ukuran dan hubungan-hubungan yang berarti dan berguna dalam proses pengambilan keputusan. Dengan demikian fungsi

¹⁰Kasmir, *Analisa Laporan keuangan*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011), h. 6.

¹¹Agus Sartono, *Manajemen Keuangan*, (Yogyakarta, BPFE, 2008), h. 22.

yang pertama dan terutama dari analisis laporan keuangan adalah untuk menkonversi data menjadi informasi.¹²

3. Kinerja Perusahaan

a. Pengertian Kinerja

Kinerja atau dalam bahasa Inggris *performance* memiliki arti penampilan, unjuk rasa atau prestasi. Di dalam bahasa Indonesia, kinerja berasal dari kata “kerja” yang dapat diartikan sebagai hasil kerja, sehingga dapat disimpulkan bahwa kinerja dalam suatu perusahaan adalah jawaban dari berhasil atau tidaknya perusahaan mencapai tujuan yang telah direncanakan.

Kinerja adalah hasil yang diperoleh oleh suatu organisasi baik organisasi itu bersifat *profit oriented* dan *non profit oriented* yang dihasilkan selama satu periode. Kinerja adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan/program dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi organisasi yang tertuang dalam perumusan skema strategis (*strategic planning*) suatu organisasi.¹³

Kinerja perusahaan ini ialah suatu strategi untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan tujuan utama perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat.¹⁴

Nilai perusahaan sangat penting karena semakin tinggi nilai perusahaan maka harga saham semakin tinggi pula. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi.¹⁵ Salah satu faktor penting yang dapat menjamin implementasi strategis perusahaan adalah pengukuran kinerja. Pengukuran kinerja adalah tindakan pengukuran yang dilakukan terhadap berbagai aktivitas dalam rantai nilai

¹² Arfan Ikhsan, dkk., *Analisa Laporan Keuangan*, (Medan, Madenatera, 2018), h. 53

¹³ I. Fahmi, *Manajemen Kinerja Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 2.

¹⁴ Even Hamzah Muchtar, Dkk., Peningkatan Nilai Perusahaan Melalui Tata Kelola Perusahaan dan Profitabilitas pada Konsituen Indeks Saham Syariah Indonesia, *Jurnal Ekonomi Islam Vol. 10*, 2 Juni 2019, h.10

¹⁵ Arnida Wahyuni Lubis, Dkk, Pengaruh Pengeluaran Modal, Penelitian dan Pengembangan, Transaksi Pihak Hubungan Istimewa dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia, *Jurnal Telaah & Riset Akuntansi Vol. 6*, 1 Januari 2013, h.1

yang ada pada perusahaan. Hasil pengukuran tersebut kemudian digunakan sebagai umpan balik dalam bentuk tindakan yang efektif dan efisien dan juga akan memberikan informasi tentang prestasi pelaksanaan suatu rencana dan titik dimana perusahaan memerlukan penyesuaian-penyesuaian atas aktivitas perencanaan dan pengendalian.

Wibowo mengemukakan bahwa ada 3 (tiga) dasar pengembangan ukuran kinerja sebagai alat untuk meningkatkan efektifitas organisasi, yaitu sebagai berikut:

- 1) Apa yang diukur semata-mata ditentukan oleh apa yang dipertimbangkan penting oleh pelanggan.
- 2) Kebutuhan pelanggan diterjemahkan menjadi prioritas strategis dan rencana strategis mengindikasikan apa yang harus diukur.
- 3) Memberikan perbaikan kepada tim dengan mengukur hasil prioritas strategis, memberi kontribusi untuk perbaikan lebih lanjut dengan mengusahakan motivasi tim, dan informasi tentang apa yang berjalan dan tidak berjalan.¹⁶

Allah SWT berfirman dalam Q.S At-Taubah : 105

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya:

Dan Katakanlah: “Bekerjalah kamu, Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan”.

Dari ayat tersebut dapat dipahami bahwasanya Allah pasti akan membalas setiap amal perbuatan manusia berdasarkan apa yang telah mereka kerjakan. Artinya jika seseorang melaksanakan pekerjaan dengan baik dan menunjukkan

¹⁶ Wibowo, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), h. 322.

kinerja yang baik pula bagi organisasinya maka ia akan mendapatkan hasil yang baik pula dari kerjanya dan akan memberikan keuntungan bagi organisasinya.¹⁷

Jadi, dapat disimpulkan bahwa kinerja adalah hasil dari sebuah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang ataupun beberapa orang dalam suatu periode waktu yang sesuai dengan kemampuan dan keahlian yang dimiliki yang kemudian dapat dipertanggungjawabkan untuk mewujudkan visi dari sebuah organisasi.

b. Pengukuran Kinerja Perusahaan

Pengukuran perlu dilakukan untuk mengetahui apakah pelaksanaan dapat berjalan sesuai rencana, apakah terdapat kesenjangan kinerja, dan apakah hasil akhir yang diperkirakan dapat dicapai. Tanpa pengukuran, maka tidak dapat mengelola pelaksanaan kinerja yang dapat menjamin pencapaian tujuan dan sasaran yang telah direncanakan.¹⁸

Pengukuran terhadap kinerja perlu dilakukan untuk mengetahui apakah selama pelaksanaan kinerja terdapat penyimpangan atau deviasi dari rencana yang telah ditentukan, atau apakah kinerja dapat dilakukan sesuai jadwal waktu yang ditentukan, atau apakah hasil kinerja telah tercapai dengan yang diharapkan. Untuk melakukan pengukuran tersebut diperlukan adanya ukuran kinerja. Pengukuran kinerja hanya dapat dilakukan terhadap kinerja yang nyata dan terukur. Apabila kinerja tidak dapat diukur maka tidak dapat dikelola.¹⁹

Kinerja perusahaan sangat berkaitan dengan pengukuran dan penilaian kinerja. Pengukuran kinerja (*performing measurement*) adalah kualifikasi dan efisiensi dan efektivitas perusahaan dalam mengoperasikan bisnis selama periode akuntansi.

Ada beberapa hal yang membuat pengukuran kinerja itu penting. Diantaranya, menurut Lynch dan Cross (1993), manfaat sistem pengukuran kinerja yang baik adalah sebagai berikut:

¹⁷ Anafatun Walidah, Skripsi Strata 1 KPI FDK: *Strategi Organisasi Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Bank BTPN UMK Mitra Usaha Rakyat Cabang 16 Ulu di Palembang*, (Palembang: UIN Raden Fatah Palembang, 2015), h. 5.

¹⁸ Hery, *Manajemen Kinerja*, (Jakarta: Grasindo, 2019), h.7.

¹⁹ *Ibid.*, h. 73.

- a. Menelusuri kinerja terhadap harapan pelanggan sehingga akan membawa perusahaan lebih dekat pada pelanggannya dan membuat seluruh orang dalam organisasi terlibat dalam upaya memberi kepuasan kepada pelanggan.
- b. Memotivasi para pegawai untuk melakukan pelayanan sebagai bagian dari mata rantai pelanggan dan pemasok internal.
- c. Mengidentifikasi berbagai pemborosan sekaligus mendorong upaya-upaya pengurangan terhadap pemborosan tersebut.
- d. Membuat suatu tujuan strategis yang biasanya masih kabur, menjadi lebih nyata sehingga mempercepat proses pembelajaran organisasi.
- e. Membangun komitmen untuk melakukan suatu perubahan dengan melakukan evaluasi atas perilaku yang diharapkan tersebut.²⁰

Pengukuran kinerja secara umum hanya menitikberatkan pada sisi keuangan. Adapun penggunaan rasio-rasio keuangan misalnya dengan pengukuran *Return on Investment (ROI)*, *Return on Equity (ROE)*, *Return on Asset (ROA)*, *Net Profit Margin (NPM)*. Sebagian besar rasio-rasio keuangan ini masih menggunakan data finansial yang tidak lagi memadai dan bentuk pengukurannya pun harus disesuaikan dengan lingkungan bisnis. Kelemahan dalam menggunakan rasio keuangan adalah karena laba yang dilaporkan tidak memasukkan unsur biaya modal. Maka dari itu untuk mengatasi kelemahan tersebut dikembangkanlah konsep *Economic Value Added (EVA)* dan *Market Value Added (MVA)*.

Dengan demikian pengukuran kinerja perusahaan adalah suatu proses yang bertujuan untuk membantu seorang manajer perusahaan yang menilai pencapaian suatu strategi melalui alat ukur keuangan. Hasil pengukuran tersebut kemudian akan digunakan sebagai umpan balik yang akan memberikan informasi tentang kinerja pelaksanaan suatu rencana dan titik dimana perusahaan memerlukan penyesuaian-penyesuaian atas aktivitas perencanaan dan pengendalian.

²⁰ Richard L. Lynch & Kelvin F. Cross, *Performance Measurement System, Handbook of Cost Management*, Peny. Barry Brinker (New York: Warren Gorham Lamont, 1993), Edisi ke-3, h. 328.

4. *Economic Value Added (EVA)*

a. Pengertian *Economic Value Added*

Untuk menganalisis kinerja perusahaan, maka dilakukan dengan mengkaji secara kritis terhadap keuangan perusahaan, yaitu dengan melakukan *review* data, menghitung, mengukur, menginterpretasi, dan memberi solusi terhadap keuangan perusahaan pada suatu periode tertentu. Untuk menganalisis kinerja perusahaan, salah satu metode yang dapat digunakan adalah metode *Economic Value Added* (EVA) atau nilai tambah ekonomi. *Economic Value Added* atau EVA adalah salah satu ukuran kinerja perusahaan yang menunjukkan berapa nilai tambah ekonomis yang telah dicapai oleh perusahaan.

Pendekatan EVA ini diperkenalkan pertama kali pada tahun 1993 di sebuah perusahaan konsultan AS yaitu *Stern Steward Management Service* (SSMS). EVA merupakan suatu estimasi dari laba ekonomis yang sebenarnya dari bisnis untuk tahun yang bersangkutan. EVA mencerminkan laba residu yang tersisa setelah biaya dari seluruh modal, termasuk modal ekuitas, telah dikurangkan. EVA menyajikan suatu ukuran yang baik mengenai sampai sejauh mana perusahaan telah memberikan tambahan nilai pada pemegang saham.²¹ EVA merupakan suatu sistem manajemen keuangan untuk mengukur laba ekonomi dalam suatu perusahaan yang menyatakan bahwa kesejahteraan hanya dapat tercipta manakala perusahaan mampu memenuhi semua biaya operasi dan biaya modal.²²

Secara konseptual perhitungan EVA adalah laba operasi bersih setelah pajak dikurangi biaya modal atas ekuitas. Yang mana biaya modal ini mencerminkan tingkat kompensasi atau *return* yang diharapkan oleh investor atas sejumlah investasi yang ditanamkan di perusahaan. Biaya modal (*cost of capital*) adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan atas berbagai sumber dana yang digunakan. Biaya modal mencakup perhitungan biaya atas berbagai sumber dana yang bersifat jangka panjang.

²¹ Thomas Sumarsan, *Sistem Pengendalian Manajemen Konsep, Aplikasi, dan Pengukuran Kinerja*, (Jakarta: PT Indeks, 2010), h. 131

²² Rudianto, *Akuntansi Manajemen*, (Jakarta: Grasindo, 2015), h. 340.

Menurut Warsono, besar kecilnya biaya modal, baik untuk perusahaan maupun proyek khusus dipengaruhi oleh empat faktor yaitu:²³

- 1.) Kondisi ekonomi umum (*general economic condition*)
- 2.) Kondisi pasar (*market condition*)
- 3.) Keputusan operasi dan pembelanjaan (*operating and financing decision*)
- 4.) Jumlah pembelanjaan (*amount of financing*)

Dengan adanya *Economic Value Added* ini, maka pemilik perusahaan akan memberikan ganjaran aktivitas yang menambah nilai dan menyingkirkan fasilitas yang rusak atau mengurangi nilai keseluruhan suatu perusahaan dan membantu manajemen dalam menentukan tujuan internal. Dan dengan melihat besarnya EVA suatu perusahaan, investor juga dapat mengetahui laba perusahaan dan kemampuan perusahaan untuk memperdayakan modalnya.

b. Perhitungan *Economic Value Added*

Untuk mempermudah perhitungan *Economic Value Added*, maka dilakukan langkah-langkah pengelolaan data sebagai berikut:

1. Menghitung *Net Operating Profit After Tax* (NOPAT)

Net Operating Profit After Tax (NOPAT) merupakan laba operasi setelah pajak yang menggambarkan hasil penciptaan nilai didalam perusahaan. NOPAT merupakan jumlah dari laba usaha dan laba/rugi lain-lain yang terkait dengan operasional perusahaan.²⁴

Secara matematis, NOPAT dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{NOPAT} = \text{EBIT} (1 - \text{Tarif Pajak Penghasilan})$$

Keterangan:

EBIT : Laba sebelum bunga dan pajak

Untuk menghitung tingkat pajak yang dikenakan, dirumuskan dengan:

²³Warsono, *Manajemen Keuangan Perusahaan*, (Malang: Bayu Media Publishing, 2002), h. 135.

²⁴ Suad Husnan dan Enny Pudjiastuti, *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Edisi Keenam*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2012), h. 65

$$\text{Tax} = \frac{\text{Beban Pajak (Income Taxes)}}{\text{Laba Sebelum Pajak (Pretax Income)}} \times 100\%$$

2. Menghitung *Invested Capital* atau Modal yang Diinvestasikan

Invested Capital merupakan jumlah dana yang diinvestasikan perusahaan untuk membiayai usahanya, yang merupakan penjumlahan dari total ekuitas dan hutang dikurang hutang jangka pendek.²⁵ *Invested capital* dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{Invested Capital} = \text{Total Hutang} + \text{Total Ekuitas} - \text{Hutang}$$

Jangka Pendek

3. Menghitung Biaya Modal Rata-rata Tertimbang/*Weighted Average Cost of Capital (WACC)*

WACC adalah suatu rata-rata berbagai sumber dana yang dipakai perusahaan. Sumber dana ini disebut komponen modal. WACC dapat dihitung dengan rumus:²⁶

$$\text{WACC} = (\text{D} \times \text{Rd}) (1-\text{T}) + (\text{E} \times \text{Re})$$

Keterangan :

D (Total Hutang)	:	$\frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Hutang dan Ekuitas}} \times 100\%$
Rd (Biaya Bunga Hutang)	:	$\frac{\text{Beban Bunga}}{\text{Total Hutang}} \times 100\%$
T (Tingkat Pajak)	:	$\frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Laba Sebelum Pajak}} \times 100\%$
E (Total Ekuitas)	:	$\frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Total Hutang dan Ekuitas}} \times 100\%$
Re (Biaya Bunga Ekuitas)	:	$\frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$

²⁵Vandi Surya Winata, dkk, *Penggunaan Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan dengan Pendekatan Economic Value Added (EVA) dan Market Value Added (MVA) Pada Perusahaan Manufaktur yang Go Public di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2015*, E-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha Vol.6 No. 3: 1-11, h. 5.

²⁶ *Ibid.*, h. 6.

4. Menghitung *Capital Charges* atau Biaya Modal

Biaya modal adalah biaya yang harus dibayar oleh perusahaan atas penggunaan dana untuk investasi yang dilakukan perusahaan, baik dana yang berasal dari utang atau dari pemegang saham.²⁷

Biaya modal dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{Capital Charges} = \text{Invested Capital} \times \text{WACC}$$

5. Menghitung *Economic Value Added* (EVA)

Economic Value Added dapat dihitung dengan rumus :²⁸

$$\text{EVA} = \text{NOPAT} - \text{Capital Charges}$$

Keterangan:

EVA : *Economic Value Added*

NOPAT : *Net Operating Profit After Tax* / Laba bersih operasi setelah pajak

Capital Charges : Jumlah modal yang terdiri dari ekuitas dan hutang jangka panjang

c. Manfaat *Economic Value Added*

Economic Value Added mempunyai beberapa manfaat, yaitu:²⁹

- a) EVA sangat bermanfaat untuk digunakan sebagai penilai kinerja perusahaan, dimana fokus penilaian kerja adalah pada penciptaan nilai (*value creation*).
- b) Penilaian kinerja dengan menggunakan pendekatan EVA menyebabkan perhatian manajemen sesuai dengan kepentingan pemegang saham.
- c) Dengan konsep EVA, para manajer akan berpikir dan bertindak seperti halnya pemegang saham, yaitu memilih investasi yang

²⁷ Rudiato, *Akuntansi Manajemen Informasi untuk Pengambil Keputusan Manajemen*, (Jakarta: Grasindo, 2006), h.359.

²⁸ Amin Widjaya Tunggal, *Memahami Konsep EVA (Economic Value Added) Teori, Soal dan Kasus*, (Jakarta: Harvindo, 2008), h. 6.

²⁹ Siddharta Utama, *Economic Value Added: Pengukur Penciptaan Nilai Perusahaan*, (Majalah Usahawan), No. 04 TH XXVI April 1997, h.10

memaksimumkan tingkat pengembalian dan meminimumkan tingkat biaya modal sehingga nilai perusahaan dapat dimaksimumkan.

- d) EVA membuat para manajer untuk memfokuskan perhatian pada kegiatan yang menciptakan nilai dan memungkinkan mereka untuk mengevaluasi kinerja berdasarkan kriteria maksimum nilai perusahaan.
- e) EVA akan menyebabkan perusahaan untuk lebih memperhatikan kebijaksanaan struktur modalnya.
- f) EVA dapat digunakan untuk mengidentifikasikan kegiatan atau proyek yang memberikan pengembalian lebih tinggi daripada biaya-biaya modalnya.

d. Keunggulan dan Kelemahan *Economic Value Added*

Sebagai alternatif pengukuran kinerja perusahaan yang relatif baru, EVA memiliki beberapa keunggulan dan kelemahan. Adapun keunggulan yang dimiliki metode EVA yaitu :³⁰

- a. Konsep EVA merupakan alat ukur yang dapat berdiri sendiri tidak memerlukan adanya suatu pebandingan dengan perusahaan sejenis dalam satu industri, dan tidak perlu pula membuat suatu analisis kecendrungan dengan tahun-tahun sebelumnya.
- b. Konsep EVA adalah pengukur kinerja perusahaan yang melihat segi ekonomis dalam pengukurannya, yaitu dengan memerhatikan harapan-harapan pada pemilik modal (kreditur dan pemegang saham) secara adil. Derajat keadilannya dinyatakan dalam ukuran tertimbang dari struktur modal yang ada dan berpedoman pada nilai pasar, bukan nilai buku.
- c. Konsep EVA dapat dipakai sebagai tolak ukur dalam pemberian bonus bagi karyawan. Disamping itu EVA juga merupakan tolak ukur yang tepat untuk memenuhi konsep kepuasan *stakeholder* (seluruh anggota perusahaan) yakni bentuk perhatian perusahaan kepada karyawan, pelanggan dan pemberi modal (kreditur dan investor).

³⁰Heri Suharjo, *Analisis EVA sebagai Metode Alternatif Penilaian Kinerja Keuangan dan Pengaruhnya terhadap Pengambilan Saham*, h. 13

- d. Walaupun konsep EVA berorientasi pada kinerja operasionalakan tetapi sangat berpengaruh untuk dipertimbangkan dalam penentuan arah strategis perkembangan portofolio perusahaan.

Disamping keunggulan-keunggulan EVA, terdapat pula kelemahan-kelemahan EVA yaitu :³¹

- a. EVA hanya mengukur hasil akhir, konsep ini tidak mengukur aktivitas-aktivitas penentu seperti loyalitas dan tingkat retensi konsumen.
- b. EVA terlalu bertumpu pada keyakinan bahwa investor sangat mengandalkan pendekatan fundamental dalam mengkaji dan mengambil keputusan untuk menjual atau membeli saham-saham tertentu, padahal faktor-faktor lain terkadang justru lebih dominan.
- c. Konsep ini tergantung pada transparansi perhitungan EVA secara akurat, dalam kenyataan seringkali perusahaan kurang transparan dalam mengemukakan kondisi internalnya.

5. *Market Value Added (MVA)*

a. *Pengertian Market Value Added*

Sebagian besar perusahaan, baik itu perusahaan yang bergerak di bidang produksi maupun jasa memiliki tujuan utama yaitu memaksimalkan kemakmuran atau keuntungan pemegang saham (investor). Kemakmuran pemegang saham akan mejadi maksimal dengan memaksimalkan kenaikan antara nilai pasar ekuitas perusahaan dengan jumlah modal ekuitas yang diinvestasikan investor. Kenaikan inilah disebut dengan *Market Value Added (MVA)*.

MVA adalah perbedaan antara nilai pasar perusahaan (hutang dan ekuitas) dengan total modal yang diinvestasikan dalam perusahaan. Nilai pasar adalah nilai perusahaan yang terdiri atas jumlah nilai pasar atas semua tuntunan modal terhadap perusahaan pada tanggal tertentu dipasar modal, sedangkan modal yang

³¹Erwan Dukat, *Alat-alat Analisis Laporan Keuangan*, (Yogyakarta: Akuntan Grup, 2011), h. 68

diinvestasikan adalah jumlah modal yang tersedia oleh penyedia dana pada tanggal yang sama.³²

MVA merupakan suatu ukuran kinerja yang dipergunakan untuk mengukur keberhasilan dalam memaksimalkan kemakmuran pemegang saham (investor) dengan sumber-sumber yang sesuai. MVA juga merupakan indikator yang dapat mengukur seberapa besar kemakmuran perusahaan yang telah diciptakan untuk investornya. Maka manfaat dari *market value added* ini untuk mengukur kinerja perusahaan dan juga untuk mengukur nilai perusahaan yang telah berhasil diciptakan nilai perusahaan dalam kaitannya dengan pasar modal akan terlihat pada harga saham perusahaan yang bersangkutan.

MVA secara teknis diperoleh dengan cara mengalikan selisih antara harga pasar per lembar saham (*stock price per share*) dan nilai buku per lembar saham (*book value per share*) dengan jumlah saham yang beredar. Nilai pasar perusahaan tercermin oleh harga saham yang tercantum pada akhir periode selama tahun tersebut berlangsung, umumnya per 31 desember. Nilai buku per lembar saham diperoleh dengan membagi total *equity* dengan jumlah saham yang beredar. Rumus untuk menghitung MVA, yaitu:³³

$$\text{MVA} = (\text{Harga Pasar per Lembar Saham} - \text{Nilai Buku per Lembar Saham}) \\ \times \text{Jumlah Saham yang Beredar}$$

$$\text{MVA} = (\text{Market Value} - \text{Book Value}) \times \text{Outstanding Share}$$

b. Keunggulan dan Kelemahan *Market Value Added*

Adapun kelebihan MVA merupakan ukuran tunggal dan dapat berdiri sendiri yang tidak membutuhkan analisis *trend*, sehingga bagi pihak manajemen dan penyedia dana akan lebih mudah dalam menilai kinerja perusahaan. Sedangkan

³² Adler Manurung, *Cara Menilai Perusahaan*, Edisi Kedua, (Jakarta: ElexmediaKmputindo, 2007), h. 133.

³³ Eugene F. Brigham and Joel F. Houston, *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, Penerjemah Ali Akbar Yulianto, Edisi Kesebelas (Jakarta: Salemba Empat, 2010), h. 111

kelemahan MVA adalah MVA ini hanya dapat diaplikasikan pada perusahaan yang *Go Public* saja.³⁴

c. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode *Economic Value Added* dan *Market Value Added* terhadap harga saham pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, dengan tempat dan waktu penelitian yang berbeda. Dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul	Pendekatan Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Henry Mardiyanto (2013)	Analisis Pengaruh Nilai Tambah Ekonomi dan Nilai Tambah Pasar Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sektor Ritel yang Listing di BEI	Kuantitatif Deskriptif	Berdasarkan hasil penelitian bahwa Nilai Tambah Ekonomi (EVA) dan Nilai Tambah Pasar (MVA) berpengaruh terhadap harga saham secara simultan, Nilai Tambah Ekonomi (EVA) tidak berpengaruh terhadap harga saham secara parsial, dan Nilai

³⁴ Zaky Baridwan dan Ary Legowo, *Asosiasi antara EVA (Economic Value Added), MVA (Market Value Added) dan Rasio Profitabilitas terhadap Harga Saham*, Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer, No. 1, Vol. 3, (September, 2002), h. 133.

				Tambah Pasar (MVA) secara parsial
2.	Mara Ikbar (2014)	<i>The Analysis of Effect of Economic Value Added (EVA) and Market Value Added (MVA) on Share Price of Subsector Companies of Property Incorporated in LQ45 Indonesia Stock Exchage in Period of 2009- 2013. (Analisis Pengaruh Nilai Tambah Ekonomis (EVA) dan Nilai Tambah Pasar (MVA) pada Harga Saham Sub Perusahaan Sektor Properti LQ45 pada Bursa Efek</i>	Kuantitatif Deskriptif	Hasil penelitiannya adalah bahwa <i>Economic value Added</i> (EVA) dan <i>Market Value Added</i> (MVA) secara signifikan mempengaruhi harga saham subsektor perusahaan properti LQ45 pada Bursa Efek Indonesia periode 2009-2013.

		Indonesia Periode 2009- 2013).		
3.	Wifaqul Luthfa Andika, Rini Setyo Witiastuti (2017)	Analisis <i>Economic Value Added</i> dan <i>Market Value Added</i> Sebagai Alat Pengukur Kinerja Perusahaan Serta Pengaruhnya Terhadap Harga Saham	Kuantitatif Deskriptif	Hasil penelitiannya adalah secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa <i>Economic Value Added</i> (EVA) dan <i>Market Value Added</i> (MVA) secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap harga saham. Dan secara parsial (uji T) menunjukkan bahwa secara parsial tidak berpengaruh antara <i>Economic Value Added</i> dan <i>Market Value Added</i> terhadap harga saham.
4.	Lena Farida (2017)	Pengaruh <i>Economic Value Added</i> terhadap Harga Saham Perusahaan Sub	Kuantitatif Deskriptif	Berdasarkan hasil uji regresi linear <i>Economic Value Added</i> (EVA) secara parsial berpengaruh

		Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2010-2014		signifikan terhadap harga saham. Sedangkan berdasarkan hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa kemampuan variabel <i>Economic Value Added</i> dalam menjelaskan variabel harga saham sangat kecil dan terbatas.
5.	Dhiajeng Ambarwati Kinanti (2018)	Analisis Pengaruh <i>Economic Value Added</i> (EVA), <i>Market Value Added</i> (MVA) dan <i>Return On Investment</i> terhadap Harga Saham (Studi Pada Perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Kuantitatif Deskriptif	Hasil penelitiannya adalah nilai dengan <i>Economic Value Added</i> (EVA) perusahaan memiliki hubungan negatif dan pengaruh tidak signifikan terhadap harga saham, nilai pasar dengan <i>Market Value Added</i> (MVA) memiliki hubungan positif dan pengaruh signifikan terhadap harga saham dan

		periode 2014-2016)		laba yang di proksikan dengan rasio Return On Investment (ROI) perusahaan memiliki hubungan negatif dan pengaruh signifikan terhadap harga saham
--	--	--------------------	--	--

Dalam penelitian ini terdapat beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu. Adapun persamaan dan perbedaannya yaitu:

Tabel 2.2
Persamaan dan Perbedaan Dengan Penelitian Terdahulu

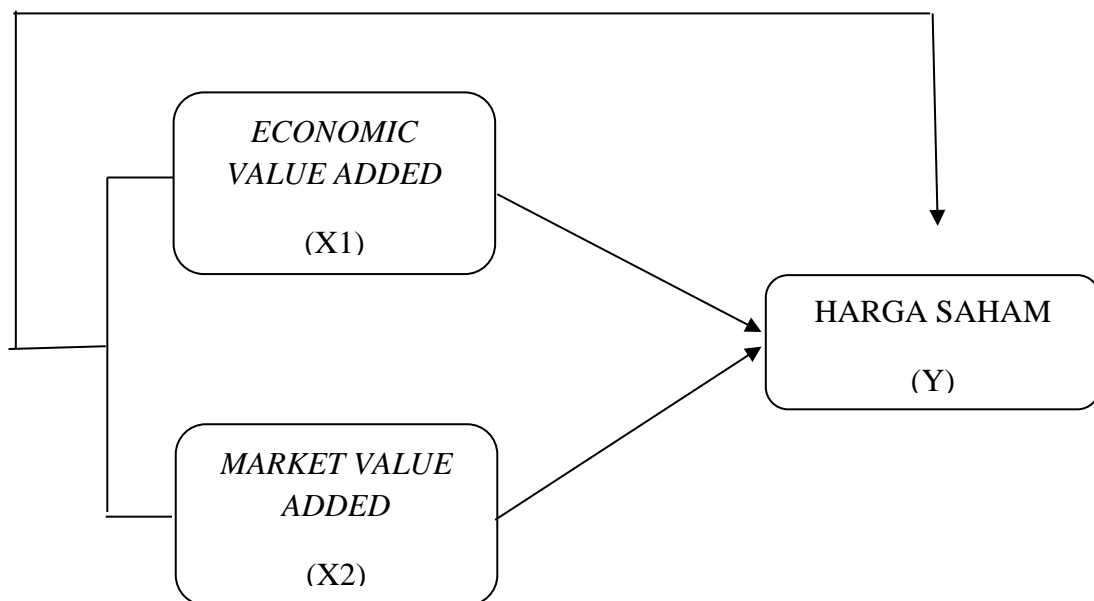
Keterangan	Peneliti					
	Henry Mardiyanto (2013)	Mara Ikbar (2014)	Wifaqul Luthfa Andika, Rini Setyo Witiastuti (2017)	Lena Farida (2017)	Dhiajeng Ambarwati Kinanti (2018)	Peneliti (2021)
Variabel Dependen	Harga Saham	Harga Saham	Harga Saham	Harga Saham	Harga Saham	Harga Saham
Variabel Independen	<i>Economic Value Added</i> dan <i>Market Value Added</i> (MVA)	<i>Economic Value Added</i> (EVA) dan <i>Market Value Added</i> (MVA)	<i>Economic Value Added</i> (EVA) dan <i>Market Value Added</i> (MVA)	<i>Economic Value Added</i> (EVA)	<i>Economic Value Added</i> (EVA), <i>Market Value Added</i> (MVA) dan <i>Return On Investment</i> (ROI)	<i>Economic Value Added</i> (EVA) dan <i>Market Value Added</i> (MVA)
Sampel	Perusahaan Sektor Ritel yang Listing di BEI	Perusahaan Sektor Properti	Perusahaan Sub Sektor Makanan	Perusahaan Sub Sektor Makanan	Perusahaan LQ45 yang terdaftar di	Perusahaan Subsektor Kosmetik dan

		pada LQ45 di BEI	dan Minuman di BEI	dan Minuman di BEI	Bursa Efek Indonesia	Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di BEI
Periode penelitian	2006-2011	2009-2013	2012-2015	2010-2014	2014-2016	2015-2019
Teknik Sampling	<i>Purposive Sampling</i>	<i>Purposive Sampling</i>	<i>Purposive Sampling</i>	<i>Purposive Sampling</i>	<i>Purposive Sampling</i>	<i>Purposive Sampling</i>
Teknik Analisis	Regresi Linear Berganda	<i>Panel Data Regression dan Fixed Effect Model</i>	Regresi Linear Berganda	Regresi Linear Sederhana	Regresi Data Panel	Regresi dengan Data Panel (<i>Random Effect Model</i>) dan Regresi Linear Berganda

d. Kerangka Teoritis

Kerangka pemikiran merupakan kegiatan untuk mencari jawaban dari masalah penelitian yang dirumuskan secara teoritis yang masih perlu diuji kebenarannya. Kerangka teoritis adalah model konseptual yang menggambarkan hubungan diantara berbagai macam faktor yang telah diidentifikasi sebagai suatu hal yang penting bagi suatu masalah.¹

Berdasarkan dari kajian teoritis dan hasil penelitian terdahulu mengenai hubungan *Economic Value Added* (EVA), *Market Value Added* (MVA) terhadap harga saham. Maka dapat dirumuskan kerangka penelitian yang mendukung, sebagai berikut:



Gambar 2.1

Skema Kerangka Teoritis

¹ Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2016), h. 23.

e. Hipotesa Penelitian

Hipotesis adalah pernyataan atau dugaan yang bersifat sementara terhadap suatu masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah (belum tentu kebenarannya) sehingga harus diuji secara empiris.² Berdasarkan dari kerangka teoritis diatas dapat disusun hipotesa sebagai berikut :

- H_{a1} : EVA berpengaruh signifikan terhadap harga saham pada perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga.
- H₀₁ : EVA tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham pada Perusahaan sub Sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga.
- H_{a2} : MVA berpengaruh signifikan terhadap harga saham pada perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga.
- H₀₂ : MVA tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham pada Perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga.
- H_a : EVA dan MVA berpengaruh signifikan terhadap harga saham pada perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga.
- H₀₃ : EVA dan MVA tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham pada perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga.

² Erwan Agus Purwanto, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Administrasi Publik dan Masalah-Masalah Sosial*, (Yogyakarta: Gava Media, 2011), h. 137.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Jenis dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Penelitian kuantitatif maksudnya bahwa dalam menganalisis data dengan menggunakan angka-angka rumus atas model matematis.¹

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2015-2019 dengan mengambil data-data yang diperlukan melalui website www.idx.co.id. Dan waktu penelitian ini dilakukan bulan Februari 2021 sampai dengan selesai penelitian.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka.²

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan penelitian ini adalah sekunder. Yang mana data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh oleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan dan laporan historis yang telah tersusun dalam arsip yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari Laporan Keuangan tahun (2015-2019) yang telah diaudit dan dipublikasikan dari www.idx.co.id.

¹ Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: BPFE, 2013), h. 12.

² Sugiyono, *Statistik Untuk Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 15

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan totalitas dari seluruh unsur yang ada dalam sebuah wilayah penelitian.³ Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang telah menerbitkan laporan keuangan yang telah diaudit di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019 yang berjumlah 7 perusahaan. Adapun perusahaan tersebut sebagai berikut:

Tabel 3.1
Populasi Penelitian

No.	Nama Perusahaan	Kode
1.	PT Akasha Wira International Tbk	ADES
2.	PT Kino Indonesia Tbk	KINO
3.	PT Cottonindo Ariesta Tbk	KPAS
4.	PT Mandom Indonesia Tbk	TCID
5.	PT Martina Berto Tbk	MBTO
6.	PT Mustika Ratu Tbk	MRAT
7.	PT Unilever Indonesia Tbk	UNVR

Sumber: Bursa Efek Indonesia

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah maupun karakteristik yang dimiliki oleh populasi dan dipilih secara hati-hati dari populasi tersebut. Maka penulis memilih untuk mengambil sampel penelitian ini ditentukan secara *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan salah satu teknik pengambilan sampel secara sengaja sesuai dengan yang diperlukan.

³ A, Junaidi, dkk, Metodologi Penelitian Bisnis (Cetakan Pertama), (Medan: UMSU Press, 2014), h. 51.

Adapun kriteria dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Kriteria Pengambilan Sampel

No	Kriteria	Nama Perusahaan							Sampel
		ADES	KINO	KPAS	TCID	MBTO	MRAT	UNVR	
1	Perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019.	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7
2	Perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga yang mempublikasikan laporan keuangan lengkap dan sudah di audit pada tahun 2015-2019.	✓	✓	×	✓	✓	✓	✓	6
3	Perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga yang termasuk saham syariah.	✓	✓	×	✓	✓	✓	✓	6
Jumlah Populasi = 7 Perusahaan x 5 periode									35
Jumlah Sampel = 6 Perusahaan x 5 Periode									30

E. Definisi Operasional

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan.⁴ Berdasarkan pada rumusan masalah dan hipotesis yang akan diuji penulis, maka variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah variabel terikat atau variabel dependen (Y) dan variabel bebas atau variabel independen (X).

a. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Variabel terikat atau variabel dependen yaitu variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 63

penelitian ini yang merupakan variabel terikat atau variabel dependen adalah harga saham pada perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga di BEI tahun 2015-2019.

b. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Variabel bebas atau variabel indepen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang merupakan variabel bebas atau variabel independen adalah konsep metode EVA dan MVA.

Tabel 3.3
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala
1.	<i>Economic Value Added</i> (EVA) (X1)	<p>$EVA = NOPAT - Capital Charge$</p> <p>Dimana:</p> <p>$NOPAT = EBIT (1-tax)$</p> <p>$Invest Capital = \text{total Hutang} + \text{total Ekuitas} - \text{Hutang jangka Pendek}$</p> <p>$Capital Charge = Invest Capital \times WACC$</p> <p>$WACC = (D \times rd (1-tax) + (E \times Re)$</p> <p>Tingkat modal (D)=</p> $\frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total hutang dan Ekuitas}} \times 100\%$ <p>$Cost of Debt (rd) = \frac{\text{Beban Bunga}}{\text{Total Hutang}} \times 100\%$</p> <p>Tingkat Modal & Ekuitas (E) =</p> $\frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Total Hutang dan Ekuitas}} \times 100\%$ <p>Cash of Equity (re)=</p> $\frac{\text{Laba Bersih setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$	Rasio

		Tingkat Pajak (<i>tax</i>) $\frac{\text{Beban Pajak}}{\text{Laba Bersih Sebelum Pajak}} \times 100\%$	
2.	Market Value Added (MVA) (X2)	MVA = Harga Pasar per lembar saham – harga buku per lembar saham) x Jumlah saham yang beredar	Rasio
3	Harga Saham (Y)	Closing Price	Rasio

F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan ini guna mendapatkan informasi yang diperlukan dalam rangka untuk mencapai tujuan dari suatu penelitian. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan ini adalah kegiatan untuk menghimpun informasi data yang relevan. Mencari informasi tersebut dapat dilakukan dengan cara membaca buku-buku, karya ilmiah, tesis dan sumber-sumber lainnya sebagai landasan analisis dan rumusan teori yang menjadi objek penelitian. Sehingga dapat menyelesaikan masalah penelitian.

2. Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subjek penelitian, namun melalui dokumen⁵. Pengumpulan data yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga pada periode 2015-2019 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

⁵ Putu agung, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Malang: mUB Press, 2012), h. 66

G. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif sehingga teknik analisis yang digunakan adalah statistik yang dilakukan dengan menggunakan program komputer pengolah angka atau yang disebut dengan statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.⁶ Uji statistik deskriptif tersebut dilakukan dengan menggunakan program *Eviews* 11.

2. Analisis Regresi dengan Data Panel

Uji pemilihan model terbaik data panel ini dilakukan untuk memilih mana model terbaik dalam penelitian dengan mempertimbangkan 3 (tiga) jenis model, yaitu *Common Effect Model*, *Fixed Effect Model*, dan *Random Effect Model*⁷.

a. *Common Effect Model*

Teknik yang paling sederhana untuk mengestimasi parameter model data panel, yaitu dengan mengkombinasikan data *cross section* dan *time series* sebagai satu kesatuan tanpa melihat adanya perbedaan waktu dan individu. Pendekatan yang dipakai pada model ini adalah Ordinary Least Square (OLS)

$$y_{it} = \alpha + X_{it}\beta + \varepsilon_{it}$$

y : Variabel Dependen

α : Konstanta

X : Variabel Independen

β : Koefisien Regresi

ε : *Error Terms*

t : Periode Waktu

i : *Cross Section* (Individu)

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 238

⁷ Wahyu Wing Winarno, *Analisis Ekonometrika dan Statistik dengan Eviews, edisi empat*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2015), h. 93

b. *Fixed Effect Model*

Teknik ini mengestimasi data panel dengan menggunakan variabel *Dummy* untuk menangkap adanya perbedaan intersep. Model ini juga mengasumsikan bahwa *slope* tetap antara perusahaan dan antar waktu. Pendekatan yang digunakan pada model ini menggunakan metode *Least Square Dummy Variabel* (LSDV)

$$y_{it} = \alpha + X_{it}\beta + v_i + \varepsilon_{it}$$

c. *Random Effect Model*

Teknik ini akan mengestimasi data panel yang mana variabel gangguan saling berhubungan antar waktu dan antar individu. Perbedaan antar waktu dan individu diakomodasikan lewat error. Karena adanya hubungan antar variabel gangguan maka metode OLS tidak bisa digunakan sebagai model random effect menggunakan metode *Generalized Least Square* (GLS)

$$y_{it} = \alpha + X_{it}\beta + \varepsilon_{it}$$

Dalam penelitian ini, pemilihan model terbaik digunakan berdasarkan pada Uji Chow dan Uji Hausman,

1. Uji Chow

Uji dilakukan untuk menguji antara model *fixed effect* atau *common effect*, pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *Eviews* 11. Hipotesis nya adalah sebagai berikut:

H_0 : *Common Effect Model* (CEM)

H_1 : *Fixed Effect Model* (FEM)

Hasil pengujian Uji Chow didasarkan pada nilai Chi-Square dengan $\alpha=5\%$ atau 0,05. Apabila hasil bernilai $>$ nilai $\alpha=5\%$ maka H_0 diterima, artinya model yang terbaik yang dihasilkan menggunakan metode CEM. Sedangkan apabila hasil uji Chow bernilai $<$ nilai $\alpha=5\%$ maka H_1 diterima, yang artinya model terbaik diperoleh dengan menggunakan metode FEM

2. Uji Hausman

Uji dilakukan untuk menguji apakah data analisis dengan menggunakan *fixed effect* dengan *random effect*. Pengujian tersebut dilakukan dengan *Eviews 11*. Hipotesis sebagai berikut:

H_0 : *Random Effect Model* (REM)

H_1 : *Fixed Effect Model* (FEM)

Hasil pengujian Hausman didasarkan pada nilai Chi-Square dengan $\alpha=5\%$ atau 0,05. Apabila hasil Uji Hausman $>$ nilai $\alpha=5\%$ maka H_0 diterima yang artinya model terbaik diperoleh dengan menggunakan REM. Namun, jika hasil Uji Hausman $<$ nilai $\alpha=5\%$ maka H_1 diterima yang artinya model terbaik diperoleh dengan menggunakan FEM.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residual memiliki distribusi normal.⁸ Untuk mengetahui apakah data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berdistribusi normal atau tidak maka dapat dilakukan dengan metode uji statistik sederhana dengan menggunakan cara uji normalitas Histogram. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Jarque-Bera* dan *Probability*. Dengan dasar pengambilan keputusan nya yaitu:

1. Jika nilai Prob. J-B $>$ 0,05 maka nilai residual berdistribusi normal
2. Jika nilai Prob. J-B $<$ 0,05 maka nilai residual tidak berdistribusi normal

b. Uji Multikolinieritas

Suatu model regresi dikatakan terkena masalah multikolinearitas bila terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna diantara beberapa atau semua variabel bebasnya.

⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), h. 160

Akibatnya model tersebut akan mengalami kesulitan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya.⁹

Uji asumsi tentang multikolinearitas ini dimaksudkan untuk membuktikan atau menguji ada tidaknya hubungan yang linear antara variabel bebas (independen) satu dengan variabel bebas (independen) yang lainnya. Dalam analisis regresi ganda, maka akan terdapat dua atau lebih variabel bebas atau variabel independen yang diduga akan mempengaruhi variabel tergantunya. Pendugaan tersebut akan dapat dipertanggungjawabkan apabila tidak terjadi adanya hubungan yang linear (multikolinearitas) diantara variabel-variabel independen. Adanya hubungan yang linear antar variabel independen akan menimbulkan kesulitan dalam memisahkan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya.¹⁰

Pengambilan keputusannya dengan melakukan Analisa *correlation matrix* diketahui hubungan antara dua variabel atau lebih, variabel bebas (independent) secara bersama-sama mempengaruhi satu variabel bebas lainnya. Jika hasil Analisa *correlation matrix* antar variabel memiliki korelasi sebesar 0,85 maka dapat dikatakan terjadi multikolinearitas. Jika hasil korelasi menunjukkan dibawah 0,85 maka model tersebut tidak terjadi multikolinearitas atau lolos uji.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji asumsi heteroskedastisitas ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah variasi residual absolut sama atau tidak sama untuk semua pengamatan. Apabila asumsi tidak terjadinya heteroskedastisitas ini tidak terpenuhi, maka penaksir menjadi tidak lagi efisien baik dalam sampel kecil maupun besar, dan estimasi koefisien dapat dikatakan menjadi kurang akurat.¹¹ Uji Heteroskedastisitas dalam penelitian ini

⁹ G.S Maddala, *Introduction to Econometric*, (England: John Wiley & Sons Ltd, 2001), h. 268-270

¹⁰ R. Gunawan Sudarmanto, *Analisis Regresi Linear Ganda dengan SPSS*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), h. 136-137

¹¹ *Ibid.*, h. 147-148

menggunakan *White Heteroskedasticity Test*. Hasil yang diperlukan dari hasil uji ini adalah $\text{Obs} \times \text{R-Squared}$, dengan hipotesis sebagai berikut.

H_0 : tidak ada terjadi Heteroskedastisitas

H_1 : ada Heteroskedastisitas

Dengan kriteria pengujian yaitu H_0 diterima jika nilai p-value $\text{Obs} \times \text{R-Square} > 0,05$. Dan H_1 akan diterima jika $\text{Obs} \times \text{R-Square} < 0,05$.

d. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan korelasi antara anggota seri observasi yang disusun menurut urutan waktu (seperti data *time series*) atau urutan tempat/ruang (data *cross section*), atau korelasi yang timbul pada dirinya sendiri. Pengujian autokorelasi ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi diantara data pengamatan atau tidak. Adanya autokorelasi dapat mengakibatkan penaksir mempunyai varians tidak minimum.¹² Dalam penelitian ini uji autokorelasi nya menggunakan uji Breusch Godfrey. Hasil dalam uji ini dapat dilihat dari nilai $\text{Obs} \times \text{R-Square}$. Jika nilai $\text{Obs} \times \text{R-Square} < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa terjadi autokorelasi, jika nilai $\text{Obs} \times \text{R-Square} > 0,05$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Jika suatu variabel dependen bergantung pada lebih dari satu variabel independen, hubungan antara kedua variabel disebut analisis regresi berganda (*multiple regression*).¹³ Tujuan analisis regresi untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).¹⁴ Model regresi linear berganda ini dirumuskan dalam persamaan:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y= Harga Saham

¹² R. Gunawan Sudarmanto, *Analisis Regresi Linear Ganda dengan SPSS*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), h. 142-143

¹³ Sofyan Syafri Harahap, *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*, (Jakarta: RajaGrafindo, 2008), h. 80

¹⁴ Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Akuntansi*, (Bandung: Refika Aditama, 2013), h. 47

X_1 = Economic Value Added (EVA)

X_2 = Market Value Added (MVA)

α = Bilangan Konstanta

β = Koefisien Regresi

e = Kesalahan Pengganggu

5. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji terhadap nilai statistik t merupakan uji signifikansi parameter individual. Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen.¹⁵ Adapun Langkah-langkah dalam melakukan uji t adalah:

1. Merumuskan hipotesis untuk masing-masing kelompok
 H_0 berarti secara parsial atau individu tidak ada pengaruh yang signifikan antara X_1 , X_2 dengan Y .
 H_1 berarti secara parsial atau individu ada pengaruh yang signifikan antar X_1 , X_2 dengan Y
2. Menentukan tingkat signifikan yaitu sebesar 5% (0,05)
3. Membandingkan tingkat signifikan ($\alpha = 0,05$) dengan tingkat signifikan t yang diketahui secara langsung dengan menggunakan *Eviews11* dengan kriteria yaitu :
 - a) Nilai signifikan t < 0,05 berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini berarti bahwa semua variabel independen secara individu dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
 - b) Nilai signifikan t > 0,05 berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak, hal ini berarti bahwa semua variabel independen secara individu dan signifikan tidak mempengaruhi variabel dependen.
4. Membandingkan t hitung dengan t tabel dengan kriteria sebagai berikut:

¹⁵ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), h. 99

- a) Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini berarti bahwa semua variabel independen secara individu dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- b) Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, hal ini berarti bahwa semua variabel independen secara individu dan signifikan tidak mempengaruhi variabel dependen.

b. Uji F

Nilai statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam persamaan/model regresi secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji simultan F digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara bersamaan antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun Langkah melakukan uji F sbagai berikut:¹⁶

1. Merumuskan hipotesis untuk masing-masing kelompok
 H_0 berarti secara simultan atau bersama-sama tidak ada pengaruh signifikan antara X_1, X_2 dengan Y .
 H_1 berarti secara simultan atau bersama-sama ada pengaruh signifikan antara X_1, X_2 dengan Y .
2. Menentukan tingkat signifikan yaitu sebesar 5% (0,05)
3. Membandingkan tingkat signifikan ($\alpha = 0,05$) dengan tingkat signifikan F yang diketahui secara langsung dengan menggunakan SPSS dengan kriteria:
 - a) Jika $\text{Sig.} < 0,05$, berarti Hipotesis nol (H_0) ditolak, (H_A) diterima. Hal ini berarti bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
 - b) Jika $\text{Sig} > 0,05$, berarti Hipotesis nol (H_0) diterima, (H_A) ditolak. Hal ini berarti bahwa semua variabel independent secara serentak dan signifikan tidak mempengaruhi variabel dependen
4. Membandingkan F hitung dengan F tabel dengan kriteria sebagai berikut:

¹⁶ *Ibid...*, h. 98

- a) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini berarti bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, hal ini berarti bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan tidak mempengaruhi variabel dependen.
- c. Koefisien Determinasi (R)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Dan Koefisien determinasi R^2 digunakan untuk mengetahui seberapa besar variasi total pada variabel-variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat. Nilai *Adjusted* R^2 yang kecil atau mendekati nol berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel-variabel terikat sangat terbatas. Semakin tinggi nilai *Adjusted* R^2 maka semakin tinggi variabel bebas dapat menjelaskan variasi variabel terikat.¹⁷

¹⁷ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2016), h. 96

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder yang diperoleh dari berbagai bahan pustaka dan berbagai data yang berkaitan dengan penelitian ini. Data dalam penelitian ini diperoleh dari laporan keuangan *audited* perusahaan periode 2015-2019 yang bisa diunduh di *website* Bursa Efek Indonesia.

Populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik *purposive sampling*, yaitu pengambilan data berdasarkan kriteria tertentu. Berikut kriteria penentuan sampel dalam penelitian ini:

1. Perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019.
2. Perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga yang mempublikasikan laporan keuangan lengkap dan sudah di audit pada tahun 2015-2019.
3. Perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga yang sudah termasuk saham Syariah.

Tabel 4.1

Pengambilan sampel

Kriteria Sampel	Jumlah
Jumlah perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI	7
Sampel tidak lengkap	(1)
Total sampel	6
Periode Pengamatan	5
Total Pengamatan	30

Adapun profil perusahaan yang menjadi sampel adalah sebagai berikut:

a. PT Akasha Wira Internastional Tbk

Perusahaan yang didirikan dengan nama PT Alfindo Putrasetia pada tahun 1985. Nama perusahaan telah diubah beberapa kali, terakhir kali pada 2010 ketika diubah menjadi PT Akasha Wira International. Dengan kode saham ADES.

Perusahaan ini mempunyai visi dan misi sebagai berikut:

Visi : Menyediakan solusi terbaik untuk meningkatkan kualitas hidup konsumen kami.

Misi : Membangun merek yang kuat yang memberikan solusi konsumen yang terbaik melalui orang, budaya dan sistem terbaik.

b. PT Kino Indonesia

PT Kino Indonesia Tbk yang berawal dari perusahaan distribusi kecil yang bernama PT Dutalestari Sentratama (DLS) yang didirikan pada tahun 1991. Dengan memanfaatkan peluang yang ada saat itu, pengembangan usaha yang dilakukan PT Dutalestari Sentratama dengan mendirikan PT Kino Sentra Industrindo (KSI), perusahaan dengan produksi makanan ringan pada 1997. Kemudian pada tahun 1999, perusahaan ini mendirikan PT Kinocare Era Kosmetindo sebagai produsen aneka produk perawatan tubuh. Kemudian pada tahun 2014, PT Kinocare Era Kosmetindo berganti nama menjadi PT Kino Indonesia dengan kode saham KINO.

Perusahaan ini mempunyai visi dan misi sebagai berikut:

Visi : Menjadi perusahaan ternama di Indonesia yang berlandaskan ide dan inovasi dan terus bergerak untuk menjadi perusahaan yang mendunia tanpa meninggalkan nilai-nilai lokal.

Misi : Memperluas pasar melalui pengembangan produk yang didorong oleh semangat untuk berinovasi.

c. PT Mandom Indonesia Tbk

Perusahaan bidang kosmetik yang terkemuka di Indonesia. Perusahaan ini adalah gabungan dua perusahaan yaitu PT The City Factory dan Mandom Corporation, Jepang. Perusahaan kini mulai beroperasi dan menghasilkan produk perawatan rambut pada tahun 1971. Pada tahun 2001 PT Tancho Indonesia yang merupakan gabungan dari perusahaan PT The City Factory dan Mandom Corporation berganti menjadi PT Mandom Indonesia Tbk. Dengan kode saham TCID.

Perusahaan ini memiliki visi dan misi yaitu:

Visi : Menuju Perusahaan tingkat Asia Global yang berbasis di Indonesia.

Misi : Menghadirkan kehidupan lebih indah, menyenangkan serta Sehat

d. PT Martina Berto Tbk

Perusahaan ini berdiri sebagai industri rumah dengan dengan produk bernama Sariayu pada tahun 1977. Pada tahun 1993, perusahaan mengakuisisi pabrik kosmetik PT Cedefindo sebagai manufaktur kontrak untuk internal dan eksternal. Dan pada tahun 2011, PT Martina Berto menjadi PT Martina Berto Tbk. Dengan kode saham MBTO.

Perusahaan ini mempunyai visi dan misi yaitu menjadi perusahaan terkemuka dan kecantikan perawatan spa di dunia dengan produk berbasis alami dan tradisional dalam penelitian modern dan pengembangan untuk tujuan memberikan nilai tambah kepada konsumen dan lain-lain

e. PT Mustika Ratu Tbk

Awal pendirian perusahaan ini didirikan pada tahun 1975 dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1978. Pada tanggal 8 April 1981 pabrik Mustika Ratu (MRAT) ini resmi dioperasikan. Ruang lingkup kegiatan MRAT ini meliputi pabrikasi, perdagangan, dan distribusi Jamu dan kosmetik tradisional serta minuman sehat.

Adapun visi dan misi perusahaan ini yaitu:

- Visi : Menjadikan warisan tradisi keluarga leluhur sebagai basis industri perawatan Kesehatan/kebugaran dan kecantikan/penampilan paripurna (*holistic wellness*) melalui proses modernisasi teknologi berkelanjutan, namun secara hakiki tetap mengandalkan tumbuh-tumbuhan yang berasal dari alam.
- Misi : Falsafah Kesehatan/kebugaran dan kecantikan/penampilan paripurna (*holistic wellness*) yang telah lama ditinggalkan masyarakat luas, digali kembali oleh seorang Puteri Keraton sebagai royal heritage untuk dibagikan kepada dunia sebagai karunia Tuhan dalam bentuk ilmu pengetahuan yang harus dipertahankan dan dilestarikan.

f. PT Unilever Indonesia Tbk

PT Unilever Indonesia Tbk ini merupakan perusahaan yang bergerak dibidang sektor barang konsumsi dengan subsektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga. Perusahaan ini berdiri dengan nama Lever's Zeepfabrieken N.V pada tahun 1933. Saham perusahaan ini ditawarkan pertama kali kepada masyarakat pada tahun 1981 dan tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tahun 1982. Dengan kode saham UNVR.

Perusahaan ini mempunyai visi dan misi yaitu:

- Visi : untuk meraih rasa cinta dan penghargaan dari Indonesia dengan menyentuh kehidupan setiap orang Indonesia setiap harinya.
- Misi : 1) Kami bekerja untuk menciptakan masa depan yang lebih baik setiap hari
2) Kami membantu konsumen merasa nyaman, berpenampilan baik dan lebih menikmati hidup melalui brand dan layanan yang baik bagi mereka dan orang lain.

3) Kami menginspirasi masyarakat untuk melakukan langkah kecil setiap harinya yang bila digabungkan bisa mewujudkan perubahan besar bagi dunia.

4) Kami senantiasa mengembangkan cara baru dalam berbisnis yang memungkinkan kami tumbuh dua kali lipat sambil mengurangi dampak terhadap lingkungan, dan meningkatkan dampak sosial.

B. Menghitung *Economic Value Added* (EVA)

a. Menghitung *Net Operating After Tax* (NOPAT)

$$\text{NOPAT} = \text{EBIT} - \text{Pajak}$$

PT Akasha Wira Internasional Tbk pada tahun 2015 memiliki laba sebelum pajak Rp44.175.000.000 dan memiliki beban pajak Rp11.336.000.000. dari data tersebut NOPAT pada tahun 2015 adalah:

$$\begin{aligned}\text{NOPAT} &= \text{Rp}44.175.000.000 - \text{Rp}11.336.000.000. \\ &= \text{Rp}32.839.000.000\end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut bahwa PT Akasha Wira Internasional Tbk. mengalami keuntungan setelah pajak atau laba bersih sebesar Rp32.839.000.000. Begitu juga perlakuan yang sama dalam menentukan *Net Operating After Tax* (NOPAT) pada perusahaan dan periode berikutnya.

b. Menghitung *Invested Capital*

$$\text{Invested Capital} = \text{Total Kewajiban dan Ekuitas} - \text{Hutang Jangka Pendek}$$

PT Akasha Wira Internasional Tbk pada tahun 2015 memiliki total kewajiban dan ekuitas sebesar Rp653.244.000.000 dan kewajiban jangka pendek Rp199.364.000.000. dari data tersebut *Invested Capital* pada tahun 2015 adalah:

$$\begin{aligned}\text{Invested Capital} &= \text{Rp}653.244.000.000 - \text{Rp}199.364.000.000 \\ &= \text{Rp } 453.860.000.000\end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut PT Akasha Wira Internasional Tbk. menunjukkan bahwa perusahaan mampu membayar utang jangka

pendek tanpa dikenai biaya bunga sebesar Rp453.860.000.000. Begitu juga perlakuan yang sama dalam menentukan *Invested Capital* pada Perusahaan dan periode berikutnya.

c. Menghitung Weight Average Cost of Capital (WACC)

$$WACC = (D \times R_d) (1-T) + (E \times R_e)$$

PT Akasha Wira Internasional pada tahun 2015 memiliki kewajiban sebesar Rp324.855.000.000 dan tingkat Hutang (D) sebesar 49,730 serta memiliki Ekuitas sebesar Rp328.369.000.000 dan tingkat Ekuitas (E) sebesar 50,267.

Dengan *cost of debt* (R_d), *Cost of Equity* (R_e), dan tingkat pajak perusahaan (Tax), yaitu $R_d = 7,920$, $R_e = 10,001$, serta $Tax = 25,662$. Dari data tersebut untuk tahun 2015 mempunyai WACC sebesar:

$$\begin{aligned} WACC &= [(49,730 \times 7,920) (1-25,662) + (50,267 \times 10,001)] \\ &= -9210,554 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa PT Akasha Wira Internasional Tbk. memiliki WACC -9210,554. Artinya bahwa kemungkinan bahwa struktur modal yang optimum tercapai, karena nilai WACC yang negative ini nantinya justru akan memperbesar nilai EVA. Begitu juga perlakuan yang sama dalam menentukan WACC pada perusahaan dan periode berikutnya

d. Menghitung Capital Charge

PT Akasha Wira Internasional Tbk pada tahun 2015 memiliki *Invested Capital* dan WACC masing-masing sebesar Rp 453.860.000.000 dan - 9210,554. Dari data tersebut pada tahun 2015 mempunyai *Capital Charge*:

$$\begin{aligned} \text{Capital Charge} &= \text{Rp } 453.860.000.000 \times -9210,554 \\ &= -\text{Rp}4.180.302.038.440.000 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa PT Aksha Wira Internasional Tbk. memiliki biaya modal sebesar Rp4.180.302.038.440.000. Begitu juga perlakuan yang sama dalam menentukan *Capital Charge* pada perusahaan dan periode berikutnya.

e. Menghitung *Economic Value Added* (EVA)

PT Akasha Wira Internasional Tbk pada tahun 2015 memiliki NOPAT sebesar Rp32.839.000.000 dan *Capital Charge* -Rp4.180.302.038.440.000 sehingga memiliki *Economic Value Added* sebesar:

$$\begin{aligned} \text{EVA} &= \text{Rp}32.839.000.000 - (-\text{Rp}4.180.302.038.440.000) \\ &= \text{Rp}4.180.334.877.440.000 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa PT Akasha Wira Internasional Tbk. mempunyai EVA yang positif yang artinya mampu memberikan nilai tambah terhadap perusahaan dalam mengatur modalnya. Begitu juga perlakuan yang sama dalam menentukan EVA pada perusahaan dan periode berikutnya.

C. Menghitung *Market Value Added* (MVA)

Untuk menghitung Market Value Added (MVA) ditentukan dengan melihat harga saham, jumlah saham yang beredar dan juga melihat total ekuitas dari perusahaan tersebut. PT Akasha Wira Internasional pada tahun 2015 memiliki jumlah saham beredar sebanyak Rp589.896.800 lembar dengan harga saham Rp1.015 dan total ekuitas sebesar Rp328.369.000.000. dari data tersebut maka MVA nya adalah :

$$\begin{aligned} \text{MVA} &= (\text{Rp}589.896.800 \times \text{Rp}1.015) - \text{Rp}328.369.000.000 \\ &= \text{Rp}270.376.252.000 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa PT Akasha Wira Internasional Tbk. mampu menambah nilai pasar perusahaan setelah mengelola modal yang dipercayakan investor pada perusahaannya. Begitu juga perlakuan yang sama dalam menentukan MVA pada perusahaan dan periode berikutnya.

D. Hasil Penelitian

1. Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai maksimum, minimum, nilai rata-rata atau mean, dan std. deviasi. Adapun variable yang digunakan dalam perhitungan statistik

deskriptif adalah Harga Saham, *Economic Value Added* (EVA), dan *Market Value Added* (MVA).

Berdasarkan analisis statistik deskriptif diperoleh gambaran sebagai berikut:

Tabel 4.2
Hasil Uji Statistik Deskriptif

	HARGA_SA...	EVA__X1__	MVA__X2__
Mean	10532.37	2.55E+16	5.52E+13
Median	1582.500	4.93E+15	2.38E+11
Maximum	55900.00	1.50E+17	4.21E+14
Minimum	94.00000	-2.63E+17	-2.60E+12
Std. Dev.	16312.70	8.78E+16	1.26E+14
Skewness	1.545815	-1.413558	1.909018
Kurtosis	4.032091	6.008373	4.885249
Jarque-Bera	13.27923	21.30362	22.66445
Probability	0.001308	0.000024	0.000012
Sum	315971.0	7.65E+17	1.66E+15
Sum Sq. Dev.	7.72E+09	2.23E+35	4.62E+29
Observations	30	30	30

Sumber: Hasil Pengolahan *Eviews*11, 2021

Dari tabel 4.2 menunjukkan bahwa jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 30 sampel data yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan pada periode 2015-2019.

Sedangkan untuk penjelasan setiap variabel-variabel pada tabel 4.2 adalah sebagai berikut:

1. Harga Saham (Y)

Nilai Minimum harga saham adalah Rp 94 yaitu harga saham pada PT Martina Berto Tbk. pada tahun 2019. Sedangkan nilai maksimum harga saham adalah Rp 55.900 yaitu harga saham pada PT Unilever Indonesia Tbk. pada tahun 2017. Nilai rata rata harga saham perusahaan yang menjadi sampel pada periode 2015-2019 adalah Rp10.532. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata nilai pasar per lembar saham perusahaan dari tahun 2015 sampai 2019 adalah sebesar Rp10.532.

2. *Economic Value Added* (X_1)

Nilai minimum EVA adalah sebesar (Rp262.694.614.109.561.000) hal ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan minus yang berarti mengakibatkan tingkat pengembalian yang dihasilkan lebih rendah dari pada biaya modal, ini terjadi pada PT Martina Berto Tbk. pada tahun 2018. Dan nilai maksimum EVA adalah Rp150.324.035.806.459.000 yaitu EVA dari PT Unilever Indonesia Tbk. pada tahun 2018, hal ini berarti tingkat pengembalian yang dihasilkan melebihi tingkat biaya modal. Dalam hal ini menunjukkan perusahaan berhasil menciptakan nilai bagi pemilik modal. Adapun nilai rata rata *Economic Value Added* (EVA) perusahaan yang menjadi sampel pada periode 2015-2019 adalah sebesar Rp25.499.131.289.045.100.

3. *Market Value Added* (X_2)

Nilai minimum MVA adalah sebesar (Rp2.602.282.179.552) hal ini menunjukkan bahwa nilai pasar perusahaan minus artinya bahwa nilai pasar perusahaan lebih kecil dibandingkan dengan nilai bukunya yaitu terjadi pada PT Martina Berto Tbk. pada tahun 2019. Dan nilai maksimum MVA adalah Rp421.343.612.000.000 yaitu MVA dari PT Unilever Indonesia Tbk. pada tahun 2017, yang menunjukkan bahwa nilai pasar perusahaan lebih besar dibandingkan nilai bukunya sehingga ketertarikan investor tinggi terhadap perusahaan tersebut. Adapun nilai rata rata *Market Value Added* (MVA) perusahaan yang menjadi sampel pada periode 2015-2019 adalah sebesar Rp55.213.878.221.682

2. Analisis Regresi dengan Data Panel

Dalam melakukan estimasi regresi menggunakan data panel dapat dilakukan melalui tiga pendekatan, yaitu *Common Effect Model* (CEM), *Fixed Effect Model* (FEM), dan *Random Effect Model* (REM). Dari ketiga model pendekatan tersebut, model regresi yang terbaiklah yang akan digunakan dalam menganalisis. Maka dalam penelitian ini untuk mengetahui model pendekatan manakah yang terbaik, apakah *Common*

Effect Model (CEM), *Fixed Effect Model* (FEM), atau *Random Effect Model* (REM). Maka dilakukan pengujian terlebih dahulu dengan menggunakan Uji Chow, apabila hasil dari Uji Chow terpilih model *Fixed Effect Model* maka akan dilanjutkan dengan Uji Hausman.

1) Uji Chow

Uji Chow digunakan untuk membandingkan manakah yang terbaik antara *Common Effect Model* dengan *Fixed Effect Model*. Pengambilan keputusan dengan melihat nilai probabilitas untuk *Cross Section F*, jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka dipilih adalah *Fixed Effect Model*. Jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka dipilih adalah *Common Effect Model*.

Tabel 4.3

Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests			
Equation: Untitled			
Test cross-section fixed effects			
Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	93.322705	(5,22)	0.0000
Cross-section Chi-square	93.015882	5	0.0000

Sumber: Hasil Pengolahan *Eviews*11, 2021

Berdasarkan tabel 4.3 Bahwa hasil dari Uji Chow menunjukkan nilai Probabilitas F dan *Chi-Square* $< \alpha = 5\%$. Yaitu probabilitas F sebesar 0,0000 $< 0,05$ dan *Chi-Square* $< 0,05$, sehingga menolak H_0 . Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa model yang terbaik digunakan adalah model dengan menggunakan metode *Fixed Effect*.

2) Uji Hausman

Uji Hausman dilakukan untuk membandingkan model mana yang lebih baik antara *Fixed Effect model* dengan *Random Effect Model* yang digunakan untuk melakukan uji regresi data panel. Pengambilan keputusan dengan melihat nilai probabilitas untuk *Cross Section Random*. Jika nilai Probabilitas $> 0,05$ maka model terpilih yaitu *Random Effect*. Tetapi jika

nilai Probabilitas $< 0,05$ maka model yang terpilih adalah *Fixed Effect Model*.

Tabel 4.4
Hasil Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test
Equation: Untitled
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	0.155178	2	0.9253

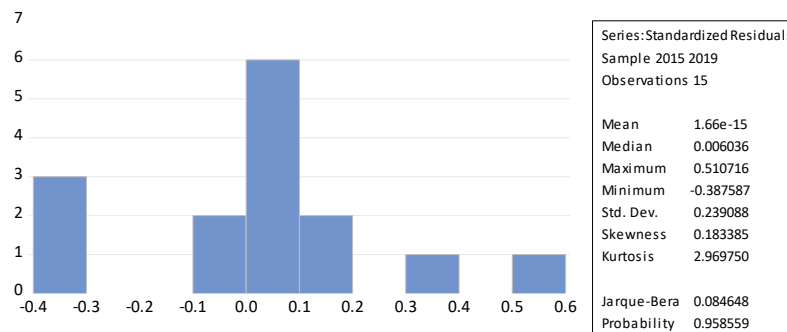
Sumber: Hasil Pengolahan *Eviews*11, 2021

Berdasarkan tabel 4.4 diketahui bahwa hasil uji Hausman menunjukkan nilai Probabilitas Random dan *Chi-Square* $> \alpha = 5\%$, yaitu sebesar 0,9253 sehingga menerima H_0 . Jadi berdasarkan hasil Uji Hausman, model yang terbaik digunakan adalah model dengan menggunakan *Random Effect Model*.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah residual yang diperoleh untuk melakukan penelitian ini berdistribusi normal atau tidak, residual data yang normal merupakan salah satu syarat untuk melakukan Teknik analisis regresi berganda. Hasil dari pengujian normalitas berdasarkan model penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut:



Sumber: Hasil Pengolahan *Eviews*11, 2021

Gambar 4.1

Grafik Histogram Normalitas

Dari gambar 4.1 menunjukkan bahwa nilai Jarque Bera sebesar 0,084648 selanjutnya adalah dengan membandingkan nilai *probability* yaitu sebesar 0,9585 yang berada diatas $\alpha = 5\%$ ($0,084648 > 0,05$; $0,9585 > 0,05$). Dengan hasil tersebut maka diestimasi bahwa residual data telah berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk menguji ada atau tidaknya variable korelasi linear antar variabel independen. Syarat dalam melakukan uji asumsi klasik yaitu salah satunya tidak boleh ditemukannya data bermasalah multikolinearitas. Hasil dari uji Multikolinearitas yang terdapat pada model penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5

Hasil Uji Multikolinearitas

	EVA__X1__	MVA__X2__
EVA__...	1.000000	0.757798
MVA__...	0.757798	1.000000

Sumber: Hasil Pengolahan *Eviews*11, 2021

Syarat untuk menguji multikolinearitas adalah dengan melihat adanya *coefficient correlation*. Apabila diatas 0,85 maka terjadi gejala Multikolinearitas. Cara untuk melihat gejala yang terdapat dalam multikolinearitas yaitu dengan menggunakan *correlation matrix*. Dari tabel 4.5 tersebut dapat dilihat bahwa korelasi antar variabel dibawah 0,85, sehingga data yang diperoleh tidak terjadi gejala multikolinearitas. Pengaruh antar variabel EVA dan MVA adalah sebesar 0,757798.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan *White Heteroskedasticity Test*. Hasil yang diperlukan dari hasil uji ini adalah Obs*R-Squared, dengan hipotesis sebagai berikut.

H_0 : tidak ada Heteroskedastisitas

H_1 : ada Heteroskedastisitas

Apabila p-value Obs*R-Square $< 0,05$, maka H_0 ditolak sehingga terjadi heteroskedastisitas pada model tersebut. Berikut hasil yang menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas:

Tabel 4.6

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: White

Null hypothesis: Homoskedasticity

F-statistic	3.063635	Prob. F(5,9)	0.0689
Obs*R-squared	9.448597	Prob. Chi-Square(5)	0.0925
Scaled explained SS	5.955639	Prob. Chi-Square(5)	0.3106

Sumber: Hasil Pengolahan *Eviews11*, 2021

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas diatas menunjukkan bahwa nilai probabilitas Chi-Square sebesar 0,0925 yang menunjukkan lebih besar dari nilai $\alpha = 5\%$ (0,05). Karena nilai $0,0925 > 0,05$ maka dalam hal ini H_0 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak ada Heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk melihat ada atau tidaknya hubungan antara residual observasi satu dengan residual observasi lainnya. Dalam penelitian ini uji autokorelasi nya menggunakan uji Breusch Godfrey. Hasil dalam uji ini dapat dilihat dari nilai Obs*R-Square. Jika nilai Obs*R-Square $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa terjadi autokorelasi, jika nilai Obs*R-Square $> 0,05$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi.

Tabel 4.7
Hasil Uji Autokorelasi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

Null hypothesis: No serial correlation at up to 2 lags

F-statistic	1.532410	Prob. F(2,10)	0.2627
Obs*R-squared	3.518786	Prob. Chi-Square(2)	0.1721

Sumber: Hasil Pengolahan *Eviews11*, 2021

Dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai probabilitas Chi-Square (yang Obs*R-Square) sebesar $0,1721 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi pada penelitian ini.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Model regresi linear berganda ini dirumuskan dalam persamaan:

$$y_{it} = \alpha + X1_{it}\beta + X2_{it}\beta + \varepsilon_{it}$$

Tabel 4.8
Hasil Regresi Berganda Model REM

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-2.763863	1.899720	-1.454879	0.1714
EVA__X1__	-0.091403	0.065097	-1.404107	0.1856
MVA__X2__	0.507605	0.030703	16.53276	0.0000
R-squared	0.749167	Mean dependent var		8.518893
Adjusted R-squared	0.745694	S.D. dependent var		1.656391
S.E. of regression	0.258236	Akaike info criterion		0.306969
Sum squared resid	0.800229	Schwarz criterion		0.448579
Log likelihood	0.697730	Hannan-Quinn criter.		0.305461
F-statistic	281.9990	Durbin-Watson stat		1.208059
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber: Hasil Pengolahan *Eviews11*, 2021

Berdasarkan tabel 4.8 maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$\text{Harga Saham} = -2,7638 - 0,0914 \text{ EVA} + 0,5076 \text{ MVA} + \varepsilon$$

Persamaan linear berganda tersebut dapat dijelaskan:

1. Nilai konstanta sebesar -2.7638 dan memiliki nilai negatif berarti menunjukkan bahwa apabila EVA dan MVA bernilai nol maka konstanta harga saham akan turun sebesar 2.7638 satuan
2. Nilai koefisien β_1 sebesar -0,0914 dan memiliki nilai negatif berarti menunjukkan bahwa apabila EVA meningkat 1 satuan, diasumsikan MVA konstan maka harga saham akan mengalami penurunan sebesar 0.0914 satuan.
3. Nilai koefisien β_2 sebesar 0.5076 dan memiliki nilai positif berarti menunjukkan bahwa apabila MVA meningkat 1 satuan, diasumsikan EVA konstan maka harga saham akan meningkat sebesar 0.5076 satuan

5. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t atau pengujian parsial digunakan untuk menguji pengaruh setiap variabel independent terhadap variabel dependen. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, yang artinya bahwa variabel independent secara individu berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, yang artinya bahwa variabel independent tidak ada pengaruh terhadap variabel dependen. t_{tabel} diperoleh dari $df = n - k$ atau $\alpha/2$. Atau jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen. hasil uji t statistik adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9

Hasil Uji t

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-2.763863	1.899720	-1.454879	0.1714
EVA__X1__	-0.091403	0.065097	-1.404107	0.1856
MVA__X2__	0.507605	0.030703	16.53276	0.0000

Sumber: Hasil Pengolahan *Eviews*11, 2021

Dari tabel diatas dapat dijelaskan:

1. Pengaruh EVA terhadap Harga Saham

Jumlah sampel/observasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 30 dengan jumlah seluruh variabel 3 dan $\alpha = 5\%$. Untuk memperoleh t tabel, maka:

$$Df = n - k = 30 - 3 = 27; \alpha/2 = 0,05/2 = 0,025$$

Hasil pengujian analisis regresi menunjukkan bahwa hasil t hitung variabel independent EVA adalah sebesar -1,0404107, sementara nilai t tabel dengan $Df = 27; \alpha = 0,025$ adalah sebesar 2,05183, yang berarti bahwa nilai t tabel lebih besar dari nilai t hitung ($2,05183 > -1,0404107$). Kemudian jika dilihat dari nilai probabilitasnya menunjukkan nilai sebesar 0,1856 yang lebih besar dari 0,05, yang berarti bahwa EVA tidak berpengaruh signifikan terhadap Harga Saham.

2. Pengaruh MVA terhadap Harga Saham

Dapat dilihat dari tabel hasil uji t diatas yang menunjukkan bahwa t hitung untuk variabel independent MVA adalah sebesar 16,53276. Sementara nilai t tabel adalah sebesar 2,05183, yang berarti bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $16,53276 > 2,05183$. Selain itu juga dilihat dari nilai probabilitas yaitu sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel MVA memiliki pengaruh signifikan terhadap Harga Saham.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. apabila nilai F hitung $> F$ tabel maka dapat disimpulkan bahwa variabel independent secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji hipotesis secara simultan menggunakan uji F, ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.10**Hasil Uji F**

R-squared	0.749167	Mean dependent var	8.518893
Adjusted R-squared	0.745694	S.D. dependent var	1.656391
S.E. of regression	0.258236	Akaike info criterion	0.306969
Sum squared resid	0.800229	Schwarz criterion	0.448579
Log likelihood	0.697730	Hannan-Quinn criter.	0.305461
F-statistic	281.9990	Durbin-Watson stat	1.208059
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Hasil Pengolahan *Eviews11*, 2021

Berdasarkan dari tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai F hitung yaitu sebesar 281,9990. Kemudian untuk memperoleh F tabel yaitu dengan cara mencari $df = n - k - 1 = 30 - 2 - 1 = 27$ ($df=27$). Jika kita lihat F tabel dengan nilai $\alpha = 5\%$ adalah sebesar 3,35. Maka F hitung $>$ F tabel ($281,9990 > 3,35$). Kemudian juga bisa dilihat dari nilai probabilitas yang menunjukkan nilai sebesar 0,000000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel EVA dan MVA secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap harga saham. Sehingga model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen.

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (*Adjusted R-Square*) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independent secara simultan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.11**Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)**

R-squared	0.749167	Mean dependent var	8.518893
Adjusted R-squared	0.745694	S.D. dependent var	1.656391
S.E. of regression	0.258236	Akaike info criterion	0.306969
Sum squared resid	0.800229	Schwarz criterion	0.448579
Log likelihood	0.697730	Hannan-Quinn criter.	0.305461
F-statistic	281.9990	Durbin-Watson stat	1.208059
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Hasil Pengolahan *Eviews11*, 2021

Berdasarkan tabel 4.11 nilai *Adjusted R-Square* adalah sebesar 0,745694. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebesar 74,56%. Yang diartikan bahwa variabel independen yang digunakan dalam model mampu mempengaruhi sebesar 74,56% terhadap variabel dependennya. Sisanya yaitu 25,44%, yang dipengaruhi faktor lain diluar model regresi tersebut.

E. Pembahasan

1. Pengaruh *Economic Value Added* (EVA) terhadap Harga Saham

Untuk menunjukkan berapa nilai tambah ekonomis yang telah dicapai oleh perusahaan dalam penelitian ini di representasikan dengan menggunakan *Economic Value Added* (EVA). EVA sangat bermanfaat digunakan sebagai penilai kerja perusahaan yang menunjukkan sisa laba yang sebenarnya setelah laba bersih perusahaan dikurangi dengan seluruh biaya modal termasuk biaya ekuitas.

Berdasarkan tabel 4.9 Menunjukkan bahwa hasil pengujian secara parsial pengaruh *Economic Value Added* (EVA) terhadap harga saham menunjukkan nilai t hitung $< t$ tabel ($-1,0404107 < 2,05183$) dengan nilai signifikansi $0,1856 > 0,05$. Dan hasil regresi menunjukkan bahwa EVA berpengaruh negatif terhadap harga saham dengan hasil koefisien regresi sebesar $-0,091403$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa H_{01} diterima, yang berarti *Economic Value Added* (EVA) tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

Dalam hal ini EVA terhadap harga saham memiliki pengaruh negative. Yang artinya jika nilai EVA perusahaan meningkat, belum tentu harga saham meningkat bisa saja mengalami penurunan. EVA yang negatif menandakan bahwa nilai perusahaan berkurang akibat tingkat pengembalian yang dihasilkan lebih rendah daripada tingkat pengembalian yang dituntut oleh pemodal yang mana perusahaan tidak berhasil menghasilkan pengembalian terhadap si pemodal. Hal ini menunjukkan bahwa analisis EVA tidak bisa digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan bagi investor untuk membeli saham pada perusahaan ini. Hasil

penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Henry Mardiyanto (2013) dan Dhiajeng Ambarwati Kinanti (2018). Dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa EVA yang berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap harga saham. Artinya pencapaian nilai ekonomis yang disertai dengan biaya modal bukan merupakan variabel yang dapat mempengaruhi harga suatu saham. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Lena Farida (2017) dan Wifaqul Luthfa Andika (2017) yang menyatakan bahwa EVA secara parsial berpengaruh signifikan terhadap harga saham pada perusahaan sub sector makanan dan minuman yang terdaftar di BEI.

2. Pengaruh *Market Value Added* (MVA) terhadap Harga Saham

Untuk mengukur seberapa besar kemakmuran perusahaan yang telah diciptakan untuk investornya maka dalam penelitian ini menggunakan proksi *Market Value Added* (MVA). Nilai MVA mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan dan memaksimalkan kekayaan pemegang saham. Semakin besar nilai MVA. Maka nilai perusahaan semakin baik. MVA negatif berarti nilai dari investasi yang dijalankan manajemen kurang dari modal yang diserahkan kepada perusahaan oleh pasar modal. Berarti kemakmuran tidak terjadi.

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa hasil pengujian secara parsial pengaruh *Market Value Added* (MVA) terhadap harga saham menunjukkan nilai t hitung $> t$ tabel ($16,53276 > 2,05183$) dengan nilai signifikansi $0,0000 < 0,05$. Dan hasil regresi menunjukkan bahwa MVA berpengaruh positif terhadap harga saham dengan hasil koefisien regresi sebesar 0,507605. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa H_a diterima, yang berarti *Market Value Added* (MVA) berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

Dalam hal ini MVA terhadap harga saham memiliki pengaruh positif. Yang berarti perusahaan mampu menciptakan nilai tambah pasar yang dapat memberikan kenaikan pendapatan (kekayaan) perusahaan seperti yang diharapkan oleh investor. Karena perusahaan mampu menciptakan nilai

tambah pasar, maka hasil ini akan menarik investor untuk menanamkan modalnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dhiajeng Ambarwati Kinanti (2018) dan Mara Ikbar (2014) dan menunjukkan bahwa variabel MVA berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Hal ini dikarenakan adanya pengaruh positif dari peningkatan MVA mayoritas perusahaan dari tahun ke tahun, sehingga perusahaan mencerminkan dengan baik ekspektasi investor terhadap total nilai yang mereka harapkan dari perusahaan untuk menciptakan nilai masa depan perusahaan. Namun hasil tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wifaqul Luthfa Andika (2017) yang menyatakan bahwa MVA secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham pada perusahaan sub sector makanan dan minuman yang terdaftar di BEI.

Sebuah perusahaan dengan nilai EVA yang negatif dapat saja memiliki nilai MVA yang positif yang mana para investor mengharapkan dan berkeyakinan terjadinya perubahan kinerja keuangan yang lebih baik di masa yang akan datang. Ini terjadi ketika harga saham merupakan unsur utama dari perhitungan MVA yang lebih bergantung kepada ekspektasi kinerja di masa yang akan datang daripada kinerja historis.

3. Pengaruh *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA) terhadap Harga Saham

Berdasarkan tabel 4.10 yaitu uji simultan atau uji F menunjukkan F hitung sebesar 281,9990 dengan tingkat signifikansi 0,000000. Sedangkan F tabel yaitu 3,35. Yang berarti bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($281,9990 > 3,35$) dan nilai signifikansi $<$ dari nilai α ($0,000000 < 0,05$). Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak. sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa secara bersama-sama EVA dan MVA berpengaruh positif signifikan terhadap harga saham.

Hasil penelitian ini di dukung oleh penelitian yang didukung oleh Henry Mardiyanto (2013), Mara Ikbar (2014) dan Viandita Puspita (2015) yang menyatakan bahwa secara bersama-sama (simultan) EVA dan MVA berpengaruh positif signifikan terhadap harga saham. Hal ini menunjukkan

bahwa jika nilai EVA dan MVA meningkat berarti akan menarik keinginan para investor untuk menanamkan modalnya yang demikian akan meningkatkan harga saham. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wifaqul Luthfa Andika (2017) yang menunjukkan bahwa nilai tambah ekonomis dan nilai tambah pasar tidak berpengaruh bersama-sama terhadap harga saham.

Dalam pengujian simultan ini tingkat atau persentase pengaruh independen (EVA dan MVA) terhadap harga saham adalah sebesar 74,56% terhadap variabel dependennya. Sisanya yaitu 25,44%, yang dipengaruhi faktor lain diluar model regresi tersebut.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menyatakan *Economic Value Added* (EVA) memperoleh nilai negatif. EVA yang negatif menandakan bahwa nilai perusahaan berkurang akibat tingkat pengembalian yang dihasilkan lebih rendah daripada tingkat pengembalian yang dituntut oleh investor. Hal ini dibuktikan dengan nilai *t Economic Value Added* bernilai negatif sebesar -1,0404107. Dan diperoleh nilai probabilitas sebesar 0,1856 yang lebih besar dari 0,05. sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa *Economic Value Added* (EVA) tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham pada perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019 secara parsial.
2. Hasil penelitian menyatakan *Market Value Added* (MVA) terhadap harga saham memiliki pengaruh positif, yang berarti perusahaan mampu menciptakan nilai tambah pasar yang dapat memberikan kenaikan pendapatan (kekayaan) perusahaan seperti yang diharapkan investor. Hal ini dibuktikan dengan nilai *t Market Value Added* bernilai positif sebesar 16,53276. Dan diperoleh nilai probabilitas sebesar 0,0000 yang lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut *Market Value Added* (MVA) berpengaruh signifikan terhadap harga saham pada perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019 secara parsial
3. Hasil penelitian menyatakan bahwa *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA) secara bersama-sama mempunyai nilai positif. Apabila EVA dan MVA meningkat maka akan menarik investor untuk menanamkan modalnya tersebut sehingga akan meningkatkan harga saham. Hal ini dibuktikan dengan melihat nilai *F* hitung yaitu sebesar 281,9990 lebih besar dari pada nilai *F* tabel yaitu sebesar 3,35. Dan diperoleh nilai

probabilitas sebesar 0,000000 yang lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil statistik tersebut dapat disimpulkan bahwa *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA) berpengaruh signifikan terhadap harga saham pada perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019) secara simultan

B. Saran

1. Untuk manajemen perusahaan, sebaiknya harus mampu mengevaluasi kinerja perusahaan yang dikelola khususnya bagi perusahaan yang mendapatkan nilai *Economic Value Added* (EVA) nya yang negative. Pemilihan kinerja perusahaan yang tepat dan penerapan yang optimal, diharapkan mampu memperbaiki kinerja perusahaan yang belum memuaskan sehingga hasil yang diperoleh akan lebih baik lagi kedepannya.
2. Untuk perusahaan diharapkan agar nilai *Market Value Added* (MVA) lebih stabil dan harus mampu meningkatkan laba dan kinerja perusahaan setiap tahunnya sehingga para investor lebih tertarik untuk menanamkan modal di perusahaan tersebut. Karena kinerja perusahaan yang baik akan berpengaruh pada meningkatnya harga saham, sehingga dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya.
3. Perusahaan sebaiknya tetap menggunakan *Economic Value Added* (EVA) dan *Market Value Added* (MVA) sebagai alat ukur untuk mengukur kinerja perusahaan, khususnya untuk menciptakan kesejahteraan pemegang saham. Dan bagi investor sebaiknya agar lebih selektif dalam memilih perusahaan jika ingin menanamkan modalnya, jika ingin menanamkan modal di perusahaan yang sebagai sampel diperusahaan ini hendaklah lebih memperhatikan nilai *Market Value Added* (MVA) sebagai acuan pengambilan keputusan. Karena dalam penelitian ini variabel tersebut terbukti dapat meningkatkan harga saham.
4. Peneliti selanjutnya sebaiknya menambah atau memperluas objek penelitian dan periode pengamatan, sehingga jumlah data dan sampel semakin banyak untuk dipergunakan dalam penelitian. Dan disarankan juga untuk menambah variabel-variabel lain yang juga diduga dapat dipengaruhi oleh harga saham

seperti EPS, DER, ROI dan lain lain. Dengan demikian akan diperoleh gambaran yang lebih baik tentang Harga Saham di Bursa Efek Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Putu. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Malang: UB Press, 2012.
- Argeswara, Dimas Respati. *Economic Value Added, dan Market Value Added Sebagai Ukuran Kinerja Keuangan Perusahaan* (Studi Pada Perusahaan LQ45 Yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2018). Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 2018.
- Baridwan, Zaky dan Ary Legowo, Asosiasi antara EVA (Economic Value Added), MVA (Market Value Added) dan Rasio Profitabilitas terhadap Harga Saham, *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer*, No. 1, Vol. 3, September, 2002.
- Brigham, Eugene F and Joel F. Houston, *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, Penerjemah Ali Akbar Yulianto, Edisi Kesebelas. Jakarta: Salemba Empat, 2010.
- Brigham, Eugene F. dan Joel F. Houston. *Fundamentals of Financial Management: Dasar-dasar manajemen Keuangan*, Edisi ke-10. Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Burhanuddin, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010
- Bursa Efek Indonesia, *Laporan Keuangan Tahunan 2015, 2016, 2017, 2018 dan 2019* (diakses di <http://www.idx.co.id>)
- Djawahir, Kusnan M. *Mengukur Kekayaan Perusahaan*, SWA, No.26/XXIII, 2007.
- Dukat, Erwan. *Alat-alat Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Akuntan Grup, 2011.
- Fahmi, I. *Manajemen Kinerja Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- Gujardi, D.N. *Dasar-dasar Ekonometrika Terjemahan Mangunsong*, Jakarta: Salemba Empat, 2012.
- Gulo, Wilmar Amonio. *Analisis Economic Value Added (EVA) sebagai Alat pengukur Kinerja Keuangan PT.SA*. Institut Pertanian Bogor.
- Harahap, Sofyan Syafri. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: RajaGrafindo, 2008.
- Hery. *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Grasindo, 2019.

- Husnan, Suad dan Enny Pudjiastuti. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Edisi Keenam*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2012.
- Ikhsan, Arfan, Lili Safrida, Putri Kemala Dewi, Ikhsan Abdullah, Kusmilawati, Hasbiana Dalimunthe, *Analisa Laporan Keuangan*, Medan: Madenatera, 2018.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE, 2013.
- Jogianto. *Teori Portofolio dan Analisis Invetasi*. Edisi ke-3. Yogyakarta: BPFE. 2003.
- Kamaludin. *Manajemen Keuangan Konsep Dasar dan Penyerapannya*. Jakarta: Mandar Maju, 2011.
- Kasmir. *Analisa Laporan keuangan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011.
- Kasmir. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2017.
- Kayo, Edison Sutan. “Daftar Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga di Bursa Efek Indonesia 2020”. (<https://www.sahamok.net/emiten/sektor-industri-barang-konsumsi/sub-sektor-kosmetik-keperluan-rumah-tangga/>), diakses 10 Februari 2020
- Lubis, Arnida Wahyuni, Rina Bukit, Tapi Anda Sari Lubis, Pengaruh Pengeluaran Modal, Penelitian dan Pengembangan, Transaksi Pihak Hubungan Istimewa dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia, *Jurnal Telaah & Riset Akuntansi Vol. 6*, 1 Januari 2013
- Lynch , Richard L & Kelvin F. Cross, *Performance Measurement System, Handbook of Cost Management*, Peny. Barry Brinker. Edisi ke-3. New York: Warren Gorham Lamont, 1993.
- Maddala, G.S Maddala. *Introduction to Econometric*. England: John Wiley & Sons Ltd, 2001.
- Manurung, Adler. *Cara Menilai Perusahaan*. Edisi Kedua. Jakarta: ElexmediaKmputindo, 2007.
- Misbahuddin dan Hasan Iqbal. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Muchtar, Even Hamzah, Amiur Nuruddin, Saparuddin Siregar, Peningkatan Nilai Perusahaan Melalui Tata Kelola Perusahaan dan Profitabilitas pada Konsituen Indeks Saham Syariah Indonesia, *Jurnal Ekonomi Islam Vol. 10*, 2 Juni 2019

- Nasution, Yenni Samri Jualiati, “Peranan Pasar Modal Dalam Perekonomian Negara”, *Human Falah No.1*, 1 Januari-Juni 2015
- Nurwani, “Analisis Pengaruh Inflasi, Nilai Tukar Rupiah, dan Suku Bunga SBI terhadap Pergerakan Indeks Harga Saham Gabungan di Bursa Efek”, *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 2017
- Pandji, Anoraga dan Pakarti Piji, *Pengantar Pasar Modal, Edisi Revisi*. (Jakarta: PT. Mahasatya, 2008.
- Prasetyo, Danni dan Budiyanto. “Metode EVA Untuk Mengukur Kinerja Keuangan Perusahaan Perkebunan di Bursa Efek Indonesia”. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, Vol. 3 No. 4, 2014.
- Purwanto, Erwan Agus. *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Administrasi Publik dan Masalah-Masalah Sosial*. Yogyakarta: Gava Media, 2011.
- Puspitawati, Lilis. *Economic Value Added (EVA): Konsep Baru Untuk Mengukur Laba Ekonomi Suatu Perusahaan*. Majalah Unikom Vol. 8, No. 1.
- Rahayu, Ni Made Putri Sri dan I Made Dana. *Pengaruh EVA, MVA dan Likuiditas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Food and Beverage*. E-Jurnal Manajemen Unud. Universitas Udayana, Bali. 2015.
- Rahmani. Nur Ahmadi Bi. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Medan: FEBI UIN-SU Press, 2016.
- Rudianto. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Grasindo, 2015.
- Rudiato. *Akuntansi Manajemen Informasi untuk Pengambilan Keputusan Manajemen*. Jakarta: Grasindo, 2006.
- Sartono, Agus. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: BPFE, 2010.
- Shihab, M. Quraish. *Wawasan Al-Qur'an*. Bandung: Mizan, 2003.
- Suad, Husnan. *Dasar-Dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: UPP AMK YKPN, 1998.
- Sudarmanto, R. Gunawan. *Analisis Regresi Linear Ganda dengan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2016.

- Suharjo, Heri. Skripsi. *Analisis EVA sebagai Metode Alternatif Penilaian Kinerja Keuangan dan Pengaruhnya terhadap Pengambilan Saham*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2001.
- Sumarsan, Thomas. *Sistem Pengendalian Manajemen Konsep, Aplikasi, dan Pengukuran Kinerja*, Jakarta: PT Indeks, 2010.
- Sunyoto, Danang. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: Refika Aditama, 2013.
- Tunggal, Amin Widjaya. *Memahami Konsep EVA (Economic Value Added) Teori, Soal dan Kasus*, Jakarta: Harvindo, 2008.
- Utama, Siddharta. *Economic Value Added: Pengukur Penciptaan Nilai Perusahaan*, (Majalah Usahawan), No. 04 TH XXVI April 1997.
- Walidah, Anafatun. Skripsi Strata 1 KPI FDK: *Strategi Organisasi Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Bank BTPN UMK Mitra Usaha Rakyat Cabang 16 Ulu di Palembang*. Palembang: UIN Raden Fatah Palembang, 2015.
- Warsono. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Malang: Bayu Media Publishing, 2002.
- Wibowo. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007.
- Winarno, Wahyu Wing. *Analisis Ekonometrika dan Statistika dengan Eviews, Edisi Empat*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2015
- Winata, Vandi Surya. Gede Adi Yuniarta. Penggunaan Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan dengan Pendekatan Economic Value Added (EVA) dan Market Value Added (MVA) Pada Perusahaan Manufaktur yang Go Public di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2015. *E-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha* Vol.6 No. 3: 1-11.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

Perhitungan *Economic Value Added* (EVA)

1. Nilai *Net Operating Profit After Tax* (NOPAT)

NOPAT = Laba Bersih - Pajak

NO	Nama Emiten	Tahun	Lab a Bersih	Pajak	NOPAT
1	ADES	2015	44.175.000.000	11.336.000.000	32.839.000.000
		2016	61.636.000.000	5.685.000.000	55.951.000.000
		2017	51.095.000.000	12.853.000.000	38.242.000.000
		2018	70.060.000.000	17.103.000.000	52.957.000.000
		2019	110.179.000.000	26.294.000.000	83.885.000.000
2	KINO	2015	336.923.332.210	73.943.129.784	262.980.202.426
		2016	219.312.978.691	38.202.824.881	181.110.153.810
		2017	140.964.951.060	31.268.949.262	109.696.001.798
		2018	200.385.373.873	50.269.328.831	150.116.045.042
		2019	636.096.776.179	120.493.436.530	515.603.339.649
3	TCID	2015	583.121.947.494	38.647.669.480	544.474.278.014
		2016	221.475.857.643	59.416.261.296	162.059.596.347
		2017	243.083.045.787	63.956.663.719	179.126.382.068
		2018	234.625.954.664	61.576.511.908	173.049.442.756
		2019	200.992.358.094	55.843.013.533	145.149.344.561
4	MBTO	2015	- 16.833.220.866	2.776.670.972	2.776.670.972
		2016	11.781.230.371	2.967.619.292	8.813.611.079
		2017	- 31.658.218.720	6.967.392.602	- 38.625.611.322
		2018	- 155.155.168.378	41.024.141.531	- 196.179.309.909
		2019	- 88.263.038.281	21.317.144.171	- 109.580.182.452
5	MRAT	2015	2.255.976.429	1.209.986.118	1.045.990.311
		2016	- 4.082.301.885	1.467.163.793	- 5.549.465.678
		2017	- 1.355.570.984	72.238.875	- 1.427.809.859
		2018	1.877.100.535	4.133.577.032	- 2.256.476.497
		2019	2.429.538.219	2.297.701.551	131.836.668
6	UNVR	2015	7.829.490.000.000	1.977.685.000.000	5.851.805.000.000
		2016	8.571.885.000.000	2.181.213.000.000	6.390.672.000.000
		2017	9.371.661.000.000	2.367.099.000.000	7.004.562.000.000
		2018	12.148.087.000.000	3.066.900.000.000	9.081.187.000.000
		2019	9.901.772.000.000	2.508.935.000.000	7.392.837.000.000

2. Perhitungan *Invested Capital*

$$\text{Invested Capital} = \text{Total Hutang dan ekuitas} - \text{Hutang Jangka Pendek}$$

NO	Nama Emiten	Tahun	Total Hutang dan Ekuitas	Hutang Jangka Pendek	Invested Capital
1	ADES	2015	653.244.000.000	199.364.000.000	453.880.000.000
		2016	767.479.000.000	195.466.000.000	572.013.000.000
		2017	840.236.000.000	244.888.000.000	595.348.000.000
		2018	1.143.672.000.000	262.397.000.000	881.275.000.000
		2019	997.566.000.000	175.191.000.000	822.375.000.000
2	KINO	2015	3.211.234.658.570	1.291.021.571.370	1.920.213.087.200
		2016	3.284.504.424.358	1.220.778.246.218	2.063.726.178.140
		2017	3.237.595.219.274	1.085.566.305.465	2.152.028.913.809
		2018	3.592.164.205.408	1.314.561.901.651	2.277.602.303.757
		2019	4.695.764.958.883	1.733.135.623.684	2.962.629.335.199
3	TCID	2015	2.082.096.848.703	222.930.621.643	1.859.166.227.060
		2016	2.185.101.038.101	223.305.151.868	1.961.795.886.233
		2017	2.361.807.189.430	259.806.845.843	2.102.000.343.587
		2018	2.445.143.511.801	227.508.966.451	2.217.634.545.350
		2019	2.551.192.620.939	255.852.750.863	2.295.339.870.076
4	MBTO	2015	648.899.377.240	149.060.988.246	499.838.388.994
		2016	709.959.168.088	155.284.557.576	554.674.610.512
		2017	780.669.761.787	252.247.858.307	528.421.903.480
		2018	648.016.880.325	1.314.561.901.651	- 666.545.021.326
		2019	591.063.928.037	1.733.135.623.684	- 1.142.071.695.647
5	MRAT	2015	497.090.038.108	102.898.339.772	394.191.698.336
		2016	483.037.173.864	93.871.952.310	389.165.221.554
		2017	497.354.419.089	106.813.922.324	390.540.496.765
		2018	511.887.783.867	122.929.175.890	388.958.607.977
		2019	532.762.947.995	142.931.525.716	389.831.422.279
6	UNVR	2015	15.729.945.000.000	10.127.542.000.000	5.602.403.000.000
		2016	16.745.695.000.000	10.878.074.000.000	5.867.621.000.000
		2017	18.906.413.000.000	12.532.304.000.000	6.374.109.000.000
		2018	20.326.869.000.000	11.273.822.000.000	9.053.047.000.000
		2019	20.649.371.000.000	13.065.308.000.000	7.584.063.000.000

3. Nilai *Weight Average Cost Of Capital* (WACC)

$$\text{WACC} = (D \times r_d) (1 - \text{tax}) + (E \times R_e)$$

NO	Nama Emiten	Tahun	D	r_d	E	R_e	Tax	WACC
1	ADES	2015	49,73	7,92	50,267	10,001	25,662	-9210,554
		2016	49,916	8,473	50,084	14,556	9,224	-2749,094
		2017	49,656	12,922	50,344	9,040	25,155	-15043,739
		2018	57,863	5,589	42,137	10,989	24,412	-7108,127
		2019	43,068	5,846	56,932	14,770	23,865	-4916,079
2	KINO	2015	44,675	61,814	55,325	14,802	21,947	-57025,744
		2016	40,567	80,352	59,433	9,278	17,419	-52870,107
		2017	36,522	72,768	63,478	5,338	22,186	-55954,649
		2018	39,120	61,394	60,880	6,864	25,086	-57431,630
		2019	42,440	32,050	57,560	19,076	18,943	-23307,704
3	TCID	2015	17,637	0,325	82,363	31,750	6,628	2582,721
		2016	18,395	0,000	81,605	9,008	26,827	741,657
		2017	21,318	0,000	78,682	9,639	26,331	758,492
		2018	19,331	0,000	80,669	8,773	26,245	707,727
		2019	20,855	0,000	79,145	71,189	27,784	568,947
4	MBTO	2015	33,085	11,241	66,915	125,393	-16,495	14897,296
		2016	37,894	11,319	62,106	1,999	25,189	-10250,831
		2017	47,130	13,028	52,870	-5,982	-22,008	13810,471
		2018	216,856	19,678	337,476	-5,219	-26,441	115338,142
		2019	337,172	7,866	457,288	-2,477	-24,152	65576,527
5	MRAT	2015	24,153	21,353	75,847	0,277	53,635	-27125,322
		2016	23,590	23,646	76,410	-1,504	-35,940	20490,421
		2017	26,264	23,389	73,736	-0,350	-5,329	3861,916
		2018	28,114	31,009	71,886	-0,613	220,211	-191149,572
		2019	30,806	32,139	69,194	0,036	94,574	-92640,890
6	UNVR	2015	69,311	15,551	30,689	121,222	25,259	71,908
		2016	71,908	12,313	28,092	135,849	25,446	-17828,137
		2017	72,637	10,634	27,363	135,396	25,258	-15032,161
		2018	63,675	11,495	36,325	31,478	25,246	-16603,797
		2019	74,421	10,000	25,579	191,616	25,338	-13212,276

4. Nilai *Capital Charge*

$$\text{Capital Charge} = \text{WACC} \times \text{Invested Capital}$$

NO	Nama Emiten	Tahun	WACC	Invested Capital	Capital Charge
1	ADES	2015	-9210,554	453.880.000.000	- 4.180.486.249.520.000
		2016	-2749,094	572.013.000.000	- 1.572.517.506.222.000
		2017	-15043,739	595.348.000.000	- 8.956.259.926.172.000
		2018	-7108,127	881.275.000.000	- 6.264.214.621.925.000
		2019	-4916,079	822.375.000.000	- 4.042.860.467.625.000
2	KINO	2015	-57025,744	1.920.213.087.200	-109.501.579.936.117.000
		2016	-52870,107	2.063.726.178.140	-109.109.423.856.963.000
		2017	-55954,649	2.152.028.913.809	-120.416.022.510.034.000
		2018	-57431,630	2.277.602.303.757	-130.806.412.796.520.000
		2019	-23307,704	2.962.629.335.199	- 69.052.087.606.535.100
3	TCID	2015	2582,721	1.859.166.227.060	4.801.707.657.118.630
		2016	741,657	1.961.795.886.233	1.454.979.651.595.910
		2017	758,492	2.102.000.343.587	1.594.350.444.607.990
		2018	707,727	2.217.634.545.350	1.569.479.843.876.920
		2019	568,947	2.295.339.870.076	1.305.926.733.060.130
4	MBTO	2015	14897,296	149.060.988.246	2.220.605.663.953.180
		2016	-10250,831	155.284.557.576	- 1.591.795.756.621.350
		2017	13810,471	252.247.858.307	3.483.661.731.960.930
		2018	115338,142	1.314.561.901.651	151.619.127.280.413.000
		2019	65576,527	1.733.135.623.684	113.653.015.021.176.000
5	MRAT	2015	-27125,322	394.191.698.336	- 10.692.576.747.090.900
		2016	20490,421	389.165.221.554	7.974.159.228.199.730
		2017	3861,916	390.540.496.765	1.508.234.593.104.700
		2018	-191149,572	388.958.607.977	- 74.349.271.440.519.300
		2019	-92640,890	389.831.422.279	- 36.114.329.909.892.400
6	UNVR	2015	71,908	5.602.403.000.000	402.857.594.924.000
		2016	-17828,137	5.867.621.000.000	-104.608.751.052.077.000
		2017	-15032,161	6.374.109.000.000	- 95.816.632.719.549.000
		2018	-16603,797	9.053.047.000.000	-150.314.954.619.459.000
		2019	-13212,276	7.584.063.000.000	-100.202.733.557.388.000

5. Nilai Economic Value Added (EVA)

$$\text{Economic Value Added} = \text{NOPAT} - \text{Capital Charge}$$

NO	Nama Emiten	Tahun	NOPAT	Capital Charge	EVA
1	ADES	2015	32.839.000.000	-4.180.486.249.520.000	4.180.519.088.520.000
		2016	55.951.000.000	-1.572.517.506.222.000	1.572.573.457.222.000
		2017	38.242.000.000	-8.956.259.926.172.000	8.956.298.168.172.000
		2018	52.957.000.000	-6.264.214.621.925.000	6.264.267.578.925.000
		2019	83.885.000.000	-4.042.860.467.625.000	4.042.944.352.625.000
2	KINO	2015	262.980.202.426	-109.501.579.936.117.000	109.501.842.916.319.000
		2016	181.110.153.810	-109.315.796.474.777.000	109.315.977.584.931.000
		2017	109.696.001.798	-120.416.022.510.034.000	120.416.132.206.036.000
		2018	150.116.045.042	-130.806.412.796.520.000	130.806.562.912.565.000
		2019	515.603.339.649	-69.052.087.606.535.100	69.052.603.209.874.800
3	TCID	2015	544.474.278.014	4.801.707.657.118.630	- 4.801.163.182.840.620
		2016	162.059.596.347	1.454.979.651.595.910	- 1.454.817.591.999.560
		2017	179.126.382.068	1.594.350.444.607.990	- 1.594.171.318.225.920
		2018	173.049.442.756	1.569.479.843.876.920	- 1.569.306.794.434.160
		2019	145.149.344.561	1.305.926.733.060.130	- 1.305.781.583.715.570
4	MBTO	2015	2.776.670.972	7.446.240.433.006.760	- 7.446.237.656.335.790
		2016	8.813.611.079	5.685.875.692.349.340	- 5.685.866.878.738.260
		2017	- 38.625.611.322	7.297.744.915.561.400	- 7.297.783.541.172.720
		2018	- 196.179.309.909	262.694.417.930.252.000	-262.694.614.109.562.000
		2019	- 109.580.182.452	194.278.942.590.669.000	-194.279.052.170.851.000
5	MRAT	2015	1.045.990.311	-10.692.576.747.090.900	10.692.577.793.081.200
		2016	- 5.549.465.678	7.974.159.228.199.730	- 7.974.164.777.665.410
		2017	- 1.427.809.859	1.508.234.593.104.700	- 1.508.236.020.914.560
		2018	- 2.256.476.497	-74.349.271.440.519.300	74.349.269.184.042.800
		2019	131.836.668	-36.114.329.909.892.400	36.114.330.041.729.100
6	UNVR	2015	5.851.805.000.000	125.650.778.520.045.000	-125.644.926.715.045.000
		2016	6.390.672.000.000	-104.608.751.052.077.000	104.615.141.724.077.000
		2017	7.004.562.000.000	-95.816.632.719.549.000	95.823.637.281.549.000
		2018	9.081.187.000.000	-150.314.954.619.459.000	150.324.035.806.459.000
		2019	7.392.837.000.000	-100.202.733.557.388.000	100.210.126.394.388.000

Perhitungan *Market Value Added* (MVA)

Market Value Added = (Harga Saham x Jumlah Saham Beredar) – Total Ekuitas

NO	Nama Emiten	Tahun	Jumlah Saham Beredar	Harga Saham	Total Ekuitas	MVA
1	ADES	2015	589.896.800	1.015	328.369.000.000	270.376.252.000
		2016	589.896.800	1.000	384.388.000.000	205.508.800.000
		2017	589.896.800	885	423.011.000.000	99.047.668.000
		2018	589.896.800	920	481.914.000.000	60.791.056.000
		2019	589.896.800	1.045	567.937.000.000	48.505.156.000
2	KINO	2015	1.428.571.500	3.840	1.776.629.252.300	3.709.085.307.700
		2016	1.428.571.500	3.030	1.952.072.473.629	2.376.499.171.371
		2017	1.428.571.500	2.120	2.055.170.880.109	973.400.699.891
		2018	1.428.571.500	3.800	2.186.900.126.396	3.241.671.573.604
		2019	1.428.571.500	3.430	2.702.862.179.552	2.197.138.065.448
3	TCID	2015	201.066.667	16.500	1.714.871.478.033	1.602.728.527.467
		2016	201.066.667	12.500	1.783.158.507.325	730.174.830.175
		2017	201.066.667	17.900	1.858.326.336.424	1.740.767.002.876
		2018	201.066.667	17.250	1.972.463.165.139	1.495.936.840.611
		2019	201.066.667	11.000	2.019.143.817.162	192.589.519.838
4	MBTO	2015	1.070.000.000	140	434.213.595.966	- 284.413.595.966
		2016	1.070.000.000	185	440.926.897.711	- 242.976.897.711
		2017	1.070.000.000	135	412.741.865.276	- 268.291.865.276
		2018	1.070.000.000	126	2.186.900.126.396	- 2.052.080.126.396
		2019	1.070.000.000	94	2.702.862.179.552	- 2.602.282.179.552
5	MRAT	2015	428.000.000	208	377.026.019.809	- 288.002.019.809
		2016	428.000.000	210	369.089.199.975	- 279.209.199.975
		2017	428.000.000	206	366.731.414.004	- 278.563.414.004
		2018	428.000.000	179	367.973.996.780	- 291.361.996.780
		2019	428.000.000	153	368.641.525.050	- 303.157.525.050
6	UNVR	2015	7.630.000.000	37.000	4.827.360.000.000	277.482.640.000.000
		2016	7.630.000.000	38.800	4.704.258.000.000	291.339.742.000.000
		2017	7.630.000.000	55.900	5.173.388.000.000	421.343.612.000.000
		2018	7.630.000.000	45.400	7.383.667.000.000	339.018.333.000.000
		2019	7.630.000.000	42.000	5.281.862.000.000	315.178.138.000.000

LAMPIRAN 2

Hasil Analisis Deskriptif

	HARGA_SA...	EVA__X1__	MVA__X2__
Mean	10532.37	2.55E+16	5.52E+13
Median	1582.500	4.93E+15	2.38E+11
Maximum	55900.00	1.50E+17	4.21E+14
Minimum	94.00000	-2.63E+17	-2.60E+12
Std. Dev.	16312.70	8.78E+16	1.26E+14
Skewness	1.545815	-1.413558	1.909018
Kurtosis	4.032091	6.008373	4.885249
Jarque-Bera	13.27923	21.30362	22.66445
Probability	0.001308	0.000024	0.000012
Sum	315971.0	7.65E+17	1.66E+15
Sum Sq. Dev.	7.72E+09	2.23E+35	4.62E+29
Observations	30	30	30

Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests

Equation: Untitled

Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	93.322705	(5,22)	0.0000
Cross-section Chi-square	93.015882	5	0.0000

Hasil Uji Hausman

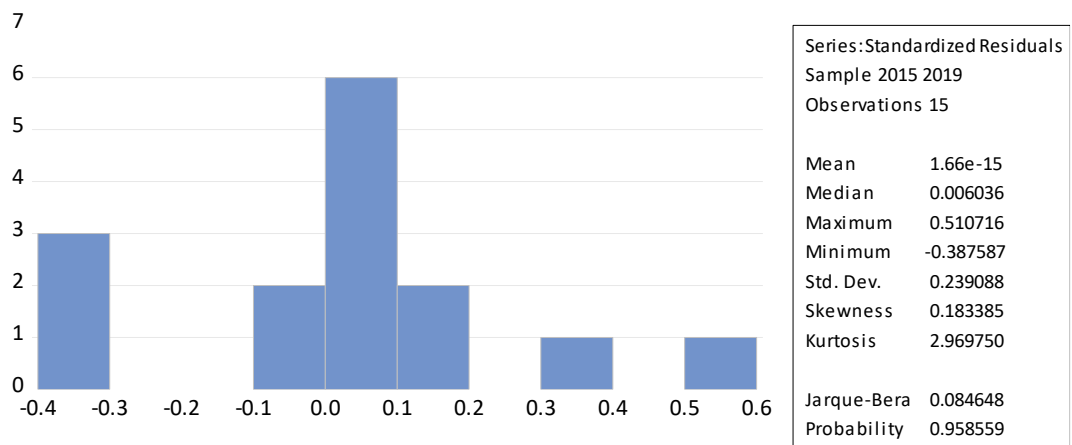
Correlated Random Effects - Hausman Test

Equation: Untitled

Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	0.155178	2	0.9253

Hasil Uji Normalitas



Hasil Uji Multikolinearitas

	EVA__X1__	MVA__X2__
EVA__...	1.000000	0.757798
MVA__...	0.757798	1.000000

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: White
Null hypothesis: Homoskedasticity

F-statistic	3.063635	Prob. F(5,9)	0.0689
Obs*R-squared	9.448597	Prob. Chi-Square(5)	0.0925
Scaled explained SS	5.955639	Prob. Chi-Square(5)	0.3106

Hasil Uji Autokorelasi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:
Null hypothesis: No serial correlation at up to 2 lags

F-statistic	1.532410	Prob. F(2,10)	0.2627
Obs*R-squared	3.518786	Prob. Chi-Square(2)	0.1721

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-2.763863	1.899720	-1.454879	0.1714
EVA__X1__	-0.091403	0.065097	-1.404107	0.1856
MVA__X2__	0.507605	0.030703	16.53276	0.0000
R-squared	0.749167	Mean dependent var		8.518893
Adjusted R-squared	0.745694	S.D. dependent var		1.656391
S.E. of regression	0.258236	Akaike info criterion		0.306969
Sum squared resid	0.800229	Schwarz criterion		0.448579
Log likelihood	0.697730	Hannan-Quinn criter.		0.305461
F-statistic	281.9990	Durbin-Watson stat		1.208059
Prob(F-statistic)	0.000000			

Hasil Uji t

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-2.763863	1.899720	-1.454879	0.1714
EVA__X1__	-0.091403	0.065097	-1.404107	0.1856
MVA__X2__	0.507605	0.030703	16.53276	0.0000

Hasil Uji F

R-squared	0.749167	Mean dependent var	8.518893
Adjusted R-squared	0.745694	S.D. dependent var	1.656391
S.E. of regression	0.258236	Akaike info criterion	0.306969
Sum squared resid	0.800229	Schwarz criterion	0.448579
Log likelihood	0.697730	Hannan-Quinn criter.	0.305461
F-statistic	281.9990	Durbin-Watson stat	1.208059
Prob(F-statistic)	0.000000		

Hasil Uji Adjusted R-Square

R-squared	0.749167	Mean dependent var	8.518893
Adjusted R-squared	0.745694	S.D. dependent var	1.656391
S.E. of regression	0.258236	Akaike info criterion	0.306969
Sum squared resid	0.800229	Schwarz criterion	0.448579
Log likelihood	0.697730	Hannan-Quinn criter.	0.305461
F-statistic	281.9990	Durbin-Watson stat	1.208059
Prob(F-statistic)	0.000000		

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : Arni Diana Br Harahap
2. NIM : 0502172327
3. Tempat/Tanggal/Lahir : Sei Rokan, 13 April 1999
4. Alamat : Jl. Prof. HM Yamin gg. Kemuning No. 24
5. Jenis Kelamin : Perempuan
6. Agama : Islam
7. Kewarganegaraan : Indonesia
8. Anak ke : 3 dari 4 bersaudara
9. Status : Belum Menikah
10. Pekerjaan : Mahasiswi

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamatan SDN 015 Pagaran Tapah Darussalam Tahun 2011
2. Tamatan SMP Negeri 1 Ujungbatu Tahun 2014
3. Tamatan MAN 2 Model Medan Tahun 2017
4. Perguruan Tinggi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara tahun 2017-sekarang

III. RIWAYAT ORGANISASI

1. Anggota Kursus Kader Dakwah (KKD) MAN 2 Model Medan (2015-2017)
2. Anggota Nasyid Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINSU (2018)
3. Anggota Muda Lembaga Dakwah Kampus Al-Izzah UINSU (2018-2019)
4. Anggota Relawan Gerakan Sumut Mengajar (2019)